



立金银行培训

银行客户经理培训系列



# 银行 商业承兑汇票培训

行长送客户经理最好的礼物

立金银行培训中心教材编写组◎著

- 透彻分析各类商票产品营销要点
- 讲解如何使用商票设计授信方案
- 如何进行商票与供应链融资组合



本书适合商业银行公司业务条线行长、  
客户经理学习使用。



中国经济出版社

CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE



立金银行培训

银行客户经理培训系列



# 银行 商业承兑汇票培训

行长送客户经理最好的礼物

立金银行培训中心教材编写组◎著



本书适合商业银行公司业务条线行长、  
客户经理学习使用。

中国经济出版社  
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

北京

## 图书在版编目 (CIP) 数据

银行商业承兑汇票培训/立金银行培训中心教材编写组著.

北京: 中国经济出版社, 2012. 1

ISBN 978-7-5136-1073-5

I. ①银… II. ①立… III. ①承兑汇票—基本知识 IV. ①F830. 46

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2011) 第 198070 号

责任编辑 乔卫兵 张梦初  
责任印制 石星岳  
封面设计 华子图文设计公司

出版发行 中国经济出版社  
印刷者 北京市昌平区新兴胶印厂  
经销者 各地新华书店  
开 本 710mm×1000mm 1/16  
印 张 10.5  
字 数 147千字  
版 次 2012年1月第1版  
印 次 2012年1月第1次  
书 号 ISBN 978-7-5136-1073-5/F·9046  
定 价 32.00元

中国经济出版社 网址 [www.economyph.com](http://www.economyph.com) 社址 北京市西城区百万庄北街3号 邮编 100037  
本版图书如存在印装质量问题, 请与本社发行中心联系调换(联系电话: 010-68319116)

版权所有 盗版必究(举报电话: 010-68359418 010-68319282)

国家版权局反盗版举报中心(举报电话: 12390)

服务热线: 010-68344225 88386794

## 序

# 成就优秀银行客户经理

从没有一件事，像拉存款这般艰难。

我做过银行客户经理，拉存款的那段日子让人记忆犹新，刻骨铭心。现在还有很多年轻客户经理重复这样的人生，在这困难的职业生涯中，非常有必要给广大银行客户经理指一条道路，能够快速地看见远处的灯光。

## 一、为什么要学习商业承兑汇票

简单的靠喝酒来拉关系能带来存款吗？这些方法不是不可以用，但是这并不是适合每个人。尤其是刚进银行的年轻客户经理，不要尝试靠喝酒来拉关系，而是应主动学习产品。

真正拉存款靠什么，靠我们的产品创新。你要转变自己的思路，不要去尝试“关系营销”，而转向“专业营销”。

第一，要走出去。只要你足够勤奋，告诉自己树立以“客户为中心”的经营理念，不是等客户上门，而是走出去，遍寻客户。只要你足够勤奋，客户数量拜访足够多，一定会搞定几个客户，存款就会增长。我当年做客户经理，一天拜访客户在10个左右，坚持了3个多月，存款真的就来了。

第二，了解客户。要认真了解的客户，了解客户的需求；要彻底搞清楚“客户需要什么产品”，根据客户的需要，能够为客户设计个性化的金

融服务方案；今天，只是会简单地申报一笔贷款、一笔银票的客户经理，对于客户而言，价值很低。

第三，立足于给客户创造价值。不仅要了解“客户能给我们带来多少价值”，更要清楚“我们能为客户创造多少经济增加值”。不仅要知道“我能为客户做什么”，更要关注“别的银行在为客户做什么”。必须提升自我，在出门前先想一想，这个客户我能够为他提供什么样有价值的服务，在客户做生意的过程中，我能够帮助他什么。在现在营销当中商业承兑汇票属于最受欢迎的品种，所以值得每个客户经理深入学习。

## 二、怎样成为优秀的银行客户经理

我们最有价值的是时间，主动融入到客户的主要业务环节，让我们的服务嵌入到每个客户经营环节，成为不可或缺的商业伙伴。我们的融资应当真正进入到企业的采购环节，帮助企业降低采购成本，用途很固定，就是向上游支付；授信真正进入到企业的销售环节，帮助企业促进产品的销售。

只有这样的融资，风险才可以控制。

对客户要进行分类管理：

1. 对于有一定资金量，但是没有潜力的客户，维持即可，不要投入过多的资源。

2. 对于有一点资金量，但是潜力非常巨大的客户，要通过各种产品作为铲子，去不断挖掘客户的利益。

客户经理要选准客户，我们的时间、精力就是筹码，要对有潜力的客户全力下注，只有这样，你才会拉到惊人的存款。

对你看中的客户，要花大心思想方设法解决其问题，用时间、精力、智慧、银行产品去“浇注”客户，看着小苗成长为大树，你的存款自然就会滚滚而来。

### 三、商业承兑汇票的价值

现在面临的环境要求极高，商业银行经营要更加有智慧。监管机构要求银行注意资本充足率、要求有效使用风险资产，随着监管的要求不断提高，我们在使用授信产品的时候要更加精心。

拓展客户有效的手段无疑是票据，而商业承兑汇票效果更加显著，是一款非常有效的产品，尤其是在促进营销的过程中。而且商业承兑汇票在减少银行资本消耗、风险资产节省方面作用极大，非常值得客户经理深入学习。

我们在很多股份制银行培训了商业承兑汇票的创新产品，收到了非常好的效果。我们将培训课件整理，形成了本书。

这本书，就是对所有的客户经理讲解商业承兑汇票的智慧。

北京立金银行培训中心

# 目录

序 .....	1
---------	---

## 第一部分 商业承兑汇票基础知识

一、理解商业承兑汇票 .....	3
二、银行办理商业承兑汇票风险较小 .....	6
三、商业承兑汇票营销技巧 .....	6
四、商业承兑汇票主要适用十大行业 (TOP 10) .....	11

## 第二部分 商业承兑汇票产品

一、商业承兑汇票 .....	19
二、商业承兑汇票承兑人保贴 .....	30
三、商业承兑汇票持票人保贴业务 .....	40
四、财务公司保兑商业承兑汇票 .....	44
五、集团公司保兑商业承兑汇票 .....	49
六、团开团贴业务 .....	52
七、商业承兑汇票委付贴现方案 .....	56
八、商业承兑汇票委付保押方案 .....	59

九、商业承兑汇票捆绑流贷付款方案 .....	63
十、短大商票换长小银票（商业承兑汇票拆分业务） .....	67
十一、商业承兑汇票变银行承兑汇票（短变长） .....	70
十二、商票变银票（长变短） .....	74
十三、商业承兑汇票质押项下保理 .....	79
十四、商业承兑汇票 + 代理贴现 + 买方付息 + 放弃部分 追索权贴现 .....	82
十五、长银票→短银票→长商票 .....	86
十六、商业承兑汇票质押开立国内信用证（买方押汇） .....	88
十七、国内信用证项下商业承兑汇票保贴 .....	93
十八、商业承兑汇票付款方案 .....	96
十九、三方商业承兑汇票保兑仓 .....	99
二十、三方保押商业承兑汇票保兑仓 .....	108

### 第三部分 资料

一、电子商业承兑汇票介绍 .....	117
二、特殊票据操作（高速公路公司使用商业承兑汇票案例） .....	122
三、烟台市首批获得商业承兑汇票保贴业务授信额度的企业各单 .....	125
四、湖北重点支持签发商业承兑汇票企业名单 .....	128
五、以商业承兑汇票为核心的综合授信方案 .....	130
六、某银行授信调查报告（框架） .....	134
七、立金银行培训名言 .....	157
八、票据业务营销口诀 .....	160



第一部分

商业承兑汇票基础知识



了解商业承兑汇票、熟悉商业承兑汇票、喜欢商业承兑汇票。

将票据作为自己生命的一部分。

真正掌握商业承兑汇票，你才能在实际的营销活动中得心应手。

一旦熟悉，你就会发现商业承兑汇票的攻击性无与伦比。

商业承兑汇票——没有资本占用；

没有风险资产占用；

极好的票源封闭锁定；

实现商业信用的自由借用；

商业银行供应链融资的王牌产品；

银行信用附加于商业承兑汇票，促进商票流通。

## 一、理解商业承兑汇票

票据——是具有法律规定的格式，约定由债务人按期无条件支付一定金额，并可以流通的书面付款凭证。以文字形式将债务的时间、金额、偿付地明确表述，允许流通转让，允许进行债权债务的冲抵。

商业承兑汇票是一种债务凭证，是企业签发的商业欠条，通常收款人能够贴现为条件接受商业承兑汇票付款。

1. 银行客户经理最简单理解票据的方式：

我们以企业需要 6 个月的短期融资为例，测算不同融资方式的成本。

流行授信产品比较表

付款工具	对企业的成本	支付成本	对银行综合收益
贷款	成本最高	贷款利率	仅有贷款利率,贷款利息收益较高,没有关联营销,综合收益较低
国内信用证	成本较高	手续费 0.15%	融资利息、手续费,能够形成关联营销,综合收益较高。融资方式非常灵活,对银行资本消耗极低
银行承兑汇票	成本低	手续费 0.05%	贴现利息、手续费收入,很难形成关联营销,对企业票源的控制力度较弱
商业承兑汇票	成本最低	工本费 1.85 元/张	对企业成本极低,没有银行的资本消耗,不计入银行的风险资产。对票源的流向控制力度极强,可以形成强大的关联营销。综合收益极佳

没有一个企业使用银行的授信而没有商业目的的,就是为了给银行滞留存款。没有商业目的的企业少的就跟这世界的大熊猫一样珍贵,我在做客户经理的时候,梦寐以求这样的客户。

企业使用各类授信产品最终目的就是用于商业交易,低成本的采购支付,然后以较高的价格将商品出售出去,赚取中间的差价。我们提供的授信产品只不过是企业用于商业交易的工具。我们与企业是商业伙伴,为各自的商业利益结合在一起,既然是商业伙伴,就应当讲究共赢。我们要准确地选择提供的授信产品,精巧地设计授信方案,努力实现双方的商业目的,最大化双方的商业价值。有时候,提供授信很简单,但是如何提高银行的收益,同时让客户感觉满意,让我们的审批人员感觉放心,这是一门学问。

## 2. 什么是商业承兑汇票。

商业承兑汇票是企业之间直接出具的欠条。大家注意商业承兑汇票的7个要素与“欠条”的要素一模一样,承兑汇票7个要素:①“承兑汇票”字样,②无条件支付的委托,③确定的金额,④付款人名称,⑤收款人名称,⑥出票日期,⑦出票人签章。

对照欠条:商业承兑汇票上有明确欠款人名字(付款人名称),债权人名字(收款人名称),有打借条时间(出票日期),有借款具体金额(票面金额),有出票人签字(出票人签章)。这不就是一张标准的欠条吗,该张欠条不凡之处在于有特定法律(《票据法》)保证,可以随时转让,市场非常认可,甚至很多银行成立了票据专营机构,专门从事欠条的买卖业务。

人民币是中国人民银行对持有人的承诺，只要你持有多少人民币，国家就欠你多少钱；国债是国家财政部对持有人的承诺，只要你持有多少国债，国家就欠你多少钱；商业承兑汇票是付款人对持有人的承诺，只要你持有哪家企业承兑的商业承兑汇票，那家企业就欠你多少钱。

### 3. 企业在出售自己的商业信用。

商业承兑汇票是企业经营自身信用，企业向银行贷款，要支付利息；企业向银行办理银行承兑汇票，需要支付手续费；企业办理商业承兑汇票，彻底免费，占用别人的资金时间价值。有很多非常有实力的企业没有意识到商业承兑汇票的价值，没有发挥商业承兑汇票的威力。

最赚钱的企业是销售自己的信誉来赚钱，而绝非出苦力。企业办理商业承兑汇票赚钱属于充分利用自身的品牌和信誉来赚钱，属于空手套白狼。看看今天的支付宝、快钱、汇付天下等第三方支付公司名扬天下，就是在发挥自身的优良商业信用在赚钱。

企业无信而不立，因而要珍视自己的信用，同时有能力经营信用。当然经营信用是有基础的，必须有足够的本钱，别人相信企业能够履约是建立在这家企业实力强大的基础上，信任绝不可能建立在空中楼阁之上。

任何一家企业滥用信用的结果最后将是丧失信用，失去经营的根基。

商业承兑汇票票样：

商业承兑汇票样本

付款人	全 称		付款人	全 称											
	账 号			账 号											
	开户银行			开户银行											
出票金额		人民币		亿	千	百	十	万	千	百	十	元	角	分	
		(大写)													
汇票到期日 (大写)				付款人 开户行	行号										
交易合同号码					地址										
本汇票已经承兑，到期无条件支付票款。											本汇票请予以承兑与 到期日付款。 出票人签章				
<div style="text-align: right;">承兑人签章</div> 承兑日期    年    月    日															

## 二、银行办理商业承兑汇票风险较小

很多银行不敢开展商业承兑汇票,认为风险很大。这是一个误解,其实商业承兑汇票风险很小。银行对商业承兑汇票提供贴现服务或者换开银行承兑汇票都是基于有授信额度,就是判断商业承兑汇票经手的各环节签章的主体,只要任何一个主体在银行有授信额度,银行提供贴现或者换开银票,风险就可以控制。

《票据法》赋予了银行对票据其中任何一手签章人追索的权力,追索权和连带责任担保对银行提供的保障基本相同,所以,我们提供了最新颖的授信思路:我们给认可的某个特大型的企业提供授信额度,但是,这个客户并不使用授信额度,而是由与这个特大型企业关联的小企业来具体使用授信额度,例如办理银行承兑汇票和商业承兑汇票,这种授信的使用效果远远好于特大型企业自己使用授信。

## 三、商业承兑汇票营销技巧

对于特大型企业应当尽可能劝说其使用商业承兑汇票,这类企业非常强势,借助这些企业使用商业承兑汇票,可以关联营销上游供应商办理保贴或保押换开银行承兑汇票,形成供应链营销,可以给银行带来可观的中小企业资源。

### 1. 如何营销特大型客户使用商业承兑汇票。

#### (1)不用交存保证金。

优质特大型企业集团受到各家银行追捧,如大型电力公司、电信集团、石油集团、高速公路集团等非常强势,在银行如果签发银行承兑汇票,不会提供任何保证金,这类企业就不应使用银行承兑汇票,而改为商业承兑汇票。使用商业承兑汇票不用支付银行手续费,不用交保证金,这也符合大企业的要求。特大型企业如哈尔滨铁路局,在某银行有亿元授信额度,一直没

有启用,后来银行营销这个企业借用商业承兑汇票大获成功。哈尔滨铁路局向哈尔滨多元化投资集团签发了亿元商业承兑汇票,由哈尔滨铁路多元化投资集团在银行办理商业承兑汇票保押,签发6亿元银行承兑汇票,银行吸收了亿元存款。

### (2)满足大企业的虚荣心。

大企业往往人员都比较傲气,对银行的相处较为强势,对自身产业链中的上下游企业不断压榨利益。营销这些大企业可以从商业承兑汇票彰显企业的商业信用,扩大企业的影响等角度来说服企业使用商票。告诉这些大企业,只有像他们这样信誉卓著的大企业才可以使用商业承兑汇票。

这类大企业往往在多家银行有非常充裕的闲置贷款额度,任何一家银行想要撬动这些客户使用贷款都不是件容易的事情。就银行创造收益角度而言,与其做没有任何实际意义的关系维护,不如选择商业承兑汇票强力切入,激活这些“沉睡”的优质客户,使其回应银行营销活动。应当认真梳理企业的支出,找到可以使用商业承兑汇票的部分,重点营销。企业一旦使用商业承兑汇票,总需要到期解付票据,到时,自然有贷款需求了。

以下是企业最常见的资金池,左侧是企业的现金流入项目,包括借款、票据、分红、预收款,当然特大型的企业还包括发行债券、股票等。右侧是企业常见的现金流出项目:包括还贷、采购、水电费、工资等。

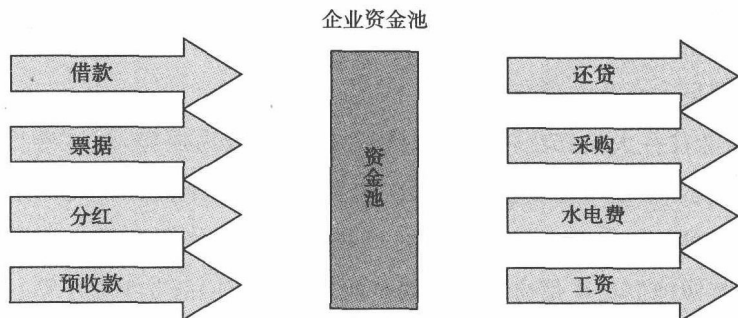
因此,应当从企业现有资金流中找到可以用商业承兑汇票替代的部分,商业承兑汇票最大的好处在于融资成本较低,可以实现融资与支付使用的同步。

### 【点评】

商业承兑汇票融资成本较低,可以为企业节省相当的财务费用,因此,大客户对商业承兑汇票的需求较为迫切,短期贷款融资呈现票据化趋势,优质客户使用票据大量替代流动资金贷款。

目前中国进入了商业承兑汇票的黄金时代,商业承兑汇票使用越来越广泛,通过不断开发票据新产品取得竞争优势已经成为各家银行的共识,通过票据融资可以开拓新客户、稳定老客户、吸收存款。要懂得利用票据可以

与传统的信贷工具有效组合的优势,创造交叉销售机会,最大限度地挖掘客户价值。



### 【营销建议】

国家电网公司、南方电网公司及其下属电力公司;中国石油天然气集团、中国石油化工集团、中国海洋石油集团及其下属公司;中国移动通信集团、中国联通集团、中国电信集团及其下属公司;中国国航集团、中国南方航空集团、中国东方航空集团等航空公司;铁道部及其下属铁路局;各地交通厅、公路局(记住,政府类客户也可以签发商业承兑汇票)。

#### 2. 关联寻找客户。

从商业承兑汇票、增值税发票中关联寻找出票人。

以票面承兑人为拟营销目标客户,贴现申请人在本行办理商业承兑汇票后,陪同申请人到出票机构查询,声明本行可以提供商业承兑汇票保贴。这种营销方式方向非常明确,营销思路清楚,实现营销“速战速决”。借助企业直接的商品买卖关系,银行实现关联营销,要比银行陌生式营销容易得多。通常上游供应商以商业承兑汇票有银行提供贴现为条件接收商票。

这个世界每个企业都会有上下游的客户,借助客户的现有产业链进行关联营销,效果要比一个一个陌生营销好很多,在中国熟人好办事。



××省增值税专用发票票样

××省增值税专用发票

开票日期：

购货单位	名称： 纳税人识别号： 地址： 开户行及账号：	密码区						
货物及应税劳务名称	规格型号	单位	数量	单价	金额	税率	税额	
价税合计(大写)								
销货单位	名称： 纳税人识别号： 地址、电话： 开户行及账号：	备注						

收款人：

复核：

开票人：

销货单位：

3. 熟悉商业承兑汇票的组合运用。

商业承兑汇票一定要和其他产品组合。

商业承兑汇票单独使用效果很差,或者说,很难被市场接受。银行客户经理应当积极组合商业承兑汇票和国内信用证的组合,商业承兑汇票和银行承兑汇票的组合,商业承兑汇票和贷款的组合等,要非常精通商业承兑汇票的组合使用,在商业承兑汇票方面建立自己的品牌,自然客户滚滚而来。很多大型客户非常迫切地希望了解商业承兑汇票业务,使用商业承兑汇票产品,并通过商业承兑汇票业务改进结算模式、降低融资成本、提高交易效率。银行应当在建立自身品牌方面多下工夫,在客户心目中形成如“贴现快、服务专、品种全”等品牌形象,提高市场知名度。有品牌,事半功倍。

商业承兑汇票业务是一项技术含量较高的活,非常受客户欢迎,比贷款复杂较多,客户经理如果能够对票据掌握精通,将能够挖掘比较多的优秀客户,尤其是在营销钢铁、煤炭、石油、家电、汽车、有色金属等行业客户中如虎