



银行培训 畅销书

INHANG
YINGSHOU ZHANGKUAN
RONGZI CHANPIN PEIXUN

银行

应收账款

融资产品培训

立金银行培训中心 著

- 贸易融资王牌产品——保理
- 最前沿的应收账款融资产品
- 最经典的应收账款融资案例
- 最详尽的应收账款融资解析

行长送客户经理最好的礼物

用最短时间成为一名优秀银行客户经理



中国金融出版社

银行应收账款融资产品培训

立金银行培训中心 著

 中国金融出版社

责任编辑：贾 真

责任校对：潘 洁

责任印制：丁淮宾

图书在版编目 (CIP) 数据

银行应收账款融资产品培训 (Yinhang Yingshou Zhangkuan Rongzi Chanpin Peixun) / 立金银行培训中心著. —北京: 中国金融出版社, 2011. 3

(立金银行培训系列丛书)

ISBN 978 - 7 - 5049 - 5818 - 1

I. ①银… II. ①立… III. ①商业银行—财务管理—中国—培训—教材②商业银行—融资—中国—培训—教材 IV. ①F832.33

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2011) 第 019019 号

出版
发行 **中国金融出版社**

社址 北京市丰台区益泽路 2 号

市场开发部 (010)63266347, 63805472, 63439783, 63447811

网上书店 <http://www.chinafph.com>

(010)63286832, 63705080

读者服务部 (010)66070833, 66206838

邮编 100071

经销 新华书店

印刷 利兴印刷有限公司

装订 平阳装订厂

尺寸 169 毫米 × 239 毫米

印张 16.25

字数 260 千

版次 2011 年 3 月第 1 版

印次 2011 年 3 月第 1 次印刷

定价 36.00 元

ISBN 978 - 7 - 5049 - 5818 - 1/F. 5378

如出现印装错误本社负责调换 联系电话 (010) 63263947

立金银行培训教材编写委员会

主 编：陈立金

副 主 编：云晓晨

编 写 成 员：索 利 张的用 江建伟

闫彩化 唐 娜 马翠微

王建梅 严 硕

前言

用专业服务赢得高端客户

中国银行业的发展令人吃惊，股份制银行、城市商业银行纷纷设立网点、招收客户经理。当今银行之间的竞争实际上是客户经理之间的竞争，因此，培养优秀的客户经理成为竞争的关键。我们一直在做客户经理的培训，立金银行培训中心每年培训的银行客户经理超过了2万名。

感谢这个时代，给了立金银行培训中心报效国家的机会。知识分子报国没有其他方式，除了动脑就是动口，我们50多位教师选择在讲台上挥洒热血。

一、如何认识应收账款融资

银行对客户的专业化服务成为银行客户经理重要的核心竞争优势。

“忠诚源于信赖，信赖在于稀缺，稀缺在于创新”，商业银行公司业务核心竞争力的根本在于培养最稀缺的优秀客户经理。客户选择与这家银行合作，更多的是基于对优秀客户经理的信任，对其信任源于对其专业能力的认同。客户经理必须有能力用新技术、新理念、新方法、新手段为高端客户提供最新、最好的服务。

我一直都爱讲一个理论：应收账款融资、保兑仓、动产融资、联保贷款、商贷通、保理、供应链融资等并不是一项银行产品，只是一种担保方式，或者说是一种风险控制手段。真正的银行授信产品只有四个，即票据、贷款、保函、信用证，这四个产品是银行授信产品的基本分类，其他的产品只不过是担保方式的创新，银行为了宣传推广使用，起了一些新颖的名字。这样分析，是为了给广大银行客户经理提供一个学习银行授信产品的基本思路，很简单。

我曾经跟无数的银行学员谈到，银行经营非常简单，就是吸收存款、发放贷款，或者做些表外业务。只要你掌握了核心的东西，就如同庖丁解牛，



一通百通。

应收账款融资是当前银行的一个尖端授信产品，一直是我们投入大力气研究的一个产品领域，在当今的银行营销时代，效果非常好。本书就应收账款融资提供了大量的案例，为各位银行客户经理展现最流行的应收账款融资技巧。

二、如何成为优秀的客户经理

在中国的银行，仅仅懂得业务是不行的，还必须非常精通如何与人打交道，有非常高的情商。

客户营销工作是一项系统性工作，专业化、规范化、制度化、科学使用的运作体系至关重要。围绕“以客户为中心”、“把每一个服务细节做好”的服务理念，让客户在使用银行产品的同时享受到令他们惊喜、感动的心灵体验。客户希望我们做到的，我们都会完美做到；客户没有想到的，我们要在客户不经意间双手奉上。这是对客户服务的实践基础。

优秀的银行客户经理都有理性与情感的因素，理性是指要有很好的产品和金融技巧，情感是指软技巧，就是跟人交流的技巧。从这种意义上说，银行客户经理通过智慧营销、专业营销、情感链接和精细化服务，能不断密切与客户的关系，赢得更多的高端客户。

（一）科学细分客户，建立完善的客户档案

经营客户，要了解客户的需求、特征、行为和偏好，在拜访客户前，应把市场调研作为至关重要的一项基础工作，通过开展摸底调查和数据分析，掌握客户的基本信息，深入分析客户的账户情况、过往收支情况及日常支出特点。全面建立完善的客户档案——为每位客户建立一个涵盖基本信息、账户信息、上下游客户、风险偏好、融资特点等数十项内容的客户档案，并及时补充完善。对客户资料的系统管理和分析，将为后续精准营销提供强有力的支持。

（二）增强服务的渗透力，通过专业服务创造价值

客户营销从表面上看是“交往”，实质上是“交心”。在产品同质化的现状下，个性化的服务已成为吸引和留住客户的王牌之一，因此，银行客户经理应更多地关注服务细节、深化服务内涵、提升专业服务水平、增强服务的渗透力，从而打动客户的心，让服务创造出更大的价值。

注重关怀服务和售后服务。在客户负责人生日、客户的成立纪念日等重要纪念日及节假日，客户经理应通过电话、短信、贺卡、上门拜访等方式与客户沟通，送上特别的祝福和个性化礼品，不断感动客户；在产品销售和客户活动后三日内，及时与客户沟通，听取客户的反馈，进一步确认和调整销售服务策略，并加强事后的综合分析和持续营销。服务贵在持之以恒，服务的个性化、专业化、人性化的延伸，必将留住客户的忠诚。

（三）服务体验，决定客户满意度

市场营销能力和专业化服务水平是核心竞争力的体现，而服务体验则决定了客户的满意度和忠诚度。客户经理应当以专业的服务能力、敬业的服务精神，带给客户最佳的服务体验，以获得客户的高度认同。

因专业而自信，因为自信，能让我们的服务更进一步！

陈立金
2011 年 1 月

目 录

第一部分 应收账款基本产品	1
【产品一】 有追索权保理	3
【产品二】 无追索权保理	8
【产品三】 双保理	17
【产品四】 租赁保理	20
【产品五】 “1 + N” 保理	40
【产品六】 应收账款质押融资	96
【产品七】 应收账款池质押融资	101
【产品八】 混合资产池融资	105
第二部分 应收账款融资案例	115
【行业一】 电子行业	117
【行业二】 煤炭石油化工行业	131
【行业三】 广告传媒行业	154
【行业四】 电工电信线材行业	156
【行业五】 医药流通行业	181
【行业六】 汽车行业	197
【行业七】 棉纺织加工行业	206
【行业八】 造纸印刷行业	208
【行业九】 钢铁建材行业	216
【行业十】 农副产品加工制造企业	227
【行业十一】 租赁行业	234
保理常见的客户类型	247
立金银行培训中心名言	249

第一部分

应收账款基本产品

- ☐ 有追索权保理
- ☐ 无追索权保理
- ☐ 双保理
- ☐ 租赁保理
- ☐ “1 + N” 保理
- ☐ 应收账款质押融资
- ☐ 应收账款池质押融资
- ☐ 混合资产池融资



【产品一】 有追索权保理

【产品定义】

保理是指在赊销贸易项下，卖方银行从卖方企业买下代表应收账款的销售发票，先按票面金额的一定比例向企业支付款项，随后向买方索要货款，待收到全部货款后，扣除有关垫款和贴现利息、费用等后，将剩余的款项支付给卖方企业的一项融资业务。

有追索权保理是指银行受让供应商应收账款债权后，如果买方拒绝付款或无力支付，银行有权向供应商追索已经提供的融资，要求其回购应收账款。

保理实际上是卖方银行向卖方企业提供的短期融资业务（一般不超过 180 天）。

【业务流程】

1. 有追索权项下保理业务融资图（标准流程）。

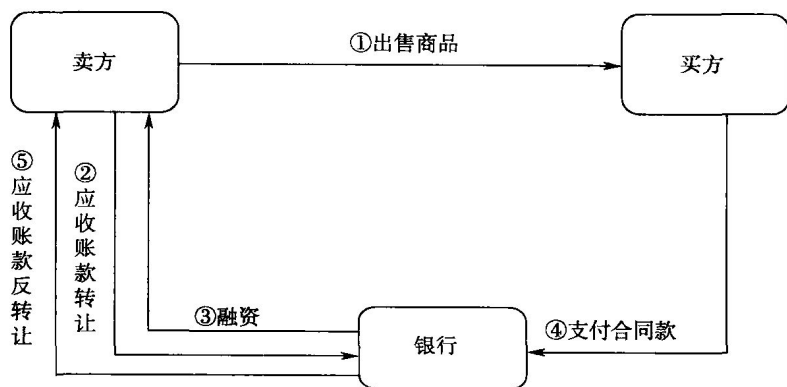


图1 买卖合同项下有追索权保理业务融资

2. 有追索权项下保理业务融资图（变通方式）。

部分依靠买方的付款，部分依靠卖方母公司或实际控制人提供的担保或回购承诺，银行通过买方的商务付款和卖方母公司或实际控制人的实力等多重保证来控制风险。

有追索权项下保理业务流程：

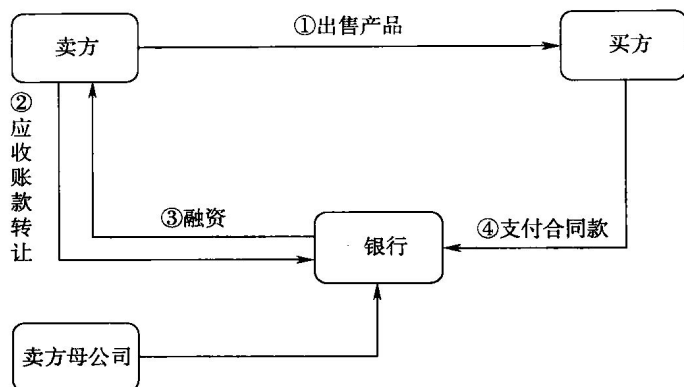


图2 买卖合同项下有追索权保理业务流程图（变通方式）

- (1) 卖方与买方签订贸易合同，卖方向银行提出叙做保理的意向。
- (2) 银行对卖方的经营情况进行审查，着重分析其执行贸易合同的能力及信誉状况；同时对买方核定授信额度。
- (3) 银行主动收集买方资料，着重分析其执行贸易合同的付款能力及信誉状况，为其核准信用额度。
- (4) 银行在综合考虑资金成本、合理利润、相关费用的基础上决定报价。
- (5) 卖方接受银行报价并签订保理协议后开始供货，并将附有转让条款的发票寄送买方，同时卖方将发票副本交银行。
- (6) 银行按照不超过发票金额的一定比例进行融资。
- (7) 买方在发票到期日前付款至银行指定账户。
- (8) 如在应收账款到期日前，买方没能付款至银行指定账户，银行通知卖方回购应收账款。

【保理业务手续费定价原则】

1. 基本公式。

$$R = B \times C \times P \times S \times Q$$

其中： R ：保理手续费费率； B ：每一业务品种的基准费率；
 C ：客户信用评级调节系数； P ：期限调节系数；
 S ：协议标准化程度； Q ：累进交易量调节系数。

2. 业务品种基准费率。

有追索权保理：0.15%。



客户调节系数买方占 80%，卖方占 20%。

3. 各项调节系数。

客户信用评级调节系数 C

AAA 级	AA 级	A 级	BBB 级	BB 级及以下
0.5	0.8	0.9	1.0	1.2

期限调节系数 P

30 天	60 天	90 天	180 天	180 天以上
0.8	0.9	1	1.2	1.5 以上

协议标准化程度 S

银行标准协议或简单修改	重大改动
1	1.2

近三年累计达到的交易量调节系数 Q (人民币)

5 000 万元起	1 亿元起	3 亿元起	5 亿元	10 亿元以上
1	0.9	0.8	0.7	0.5

【产品优势】

1. 对卖方的优势。

一些中小企业应收账款质量非常好，但是账期较长，影响了企业的正常周转。中小企业需要连续经营，如果应收账款转让的成本低于企业获得资金后再次做生意的机会成本，中小企业就完全可以将应收账款转让给银行。

其实，企业的资产内容中的应收票据、应收账款和存货都是一个道理，如果盘活应收账款的成本低于企业获得资金后再次做生意的机会成本，企业就应该盘活这块资产。

两种融资方法：

(1) 盘活现有资产型。

盘活应收票据、应收账款和存货的方法不同，盘活应收票据叫贴现、盘活应收账款叫保理，盘活存货叫动产融资。

(2) 扩大生意型。

订单融资根据中小企业获得的订单，银行提供用于订单履约的融资，及



有可以盘活的资产。

2. 对银行的优势。

银行为一些被认为存在一定风险的卖方提供融资，给了银行更多的风险保障。例如，一些中小的药品经销商、中小煤炭经销商、汽车零部件供应商等，这些客户没有担保或抵押，但是普遍依托于大型客户经营，下游的商业伙伴实力非常强大，银行直接为这些中小企业提供融资，没有合适的风险抓手。所以，对这类客户最好的融资就是保理融资，直接以下游实力较强的买方作为风险抓手。

【风险防范】

1. 买方企业的防范。有追索权的保理虽然能够对卖方追索，但是仍然需要强调对买方的审查。银行提供授信是否安全在一定程度上依靠应收账款能否及时回收。成功的有追索权保理应当是通过买方及时支付货款而最终收回保理的融资，而不是通过保理银行追索卖方。

2. 卖方企业的选择。必须选择有较强的供货能力、信誉较好的企业。一方面，好的企业在贸易中纠纷很少，保证保理的安全；另一方面，在有追索权的保理业务中，如果买方付款出现问题，卖方银行可以向卖方追索，防止出现信贷资金损失。

3. 有追索权的保理要求买方将款项直接付至卖方在融资银行开设的保理专户或监管账户中。但是，在实际业务过程中，经常出现两种不合规的情况：①买方仍将款项直接付至卖方结算存款账户的情况，而不是汇往银行指定的收款专户。②卖方回款账户回款金额仅限于银行融资的金额。例如，买卖双方合同交易金额为1 000万元，银行提供800万元保证融资，买方仅将800万元合同款汇给银行指定账户，200万元仍汇给卖方的结算账户。这是不规范的操作，要求应收账款是整体转让，因此卖方应当将应收账款项下全部款项都支付给融资银行，进入保理专户或监管账户管理，融资银行扣除保理融资后，将余款划给申请人。

4. 严格落实真实的贸易背景。有追索权保理业务必须依托真实的交易背景，交易的自偿性保证保理融资的安全。必须切实落实交易合同、货物运输发票、相关的产品质量检验合格证书、买方的货物收妥回执等资料。

【适用对象】

卖方以信用方式向买方销售货物或提供服务所产生的应收账款。赊销



(Open /Account)、承兑交单 (D/A) 等方式适合叙做保理业务。

注意：以信用证（不包括备用信用证）、货到付款为基础的销售模式不适合保理。

卖方本身也应当具备一定的实力，但是，直接提供信用贷款感觉不太踏实，如果这个企业已经找不出担保和抵押品了，这时候，就应当提供有追索权保理融资。例如，一些资产负债率较高的发电公司，下游是实力强的电网公司，就可以对发电公司提供保理。

一个重要的考量应收账款质量的指标：供应商是否是核心企业的不可或缺的供应商，可以不是核心供应商，只要是不可或缺的供应商，就基本不会出现买方拒付风险。例如，对于饮料制造公司，最核心的供应商应当是原果汁供应商，基本不可替代，包装公司虽然重要性次之，但是转换成本同样非常高，饮料制造公司不会轻易替换，这样的应收账款质量同样非常好。

【产品二】 无追索权保理

【产品定义】

无追索权保理是指银行受让供应商应收账款债权后，即放弃对供应商追索的权利，银行独立承担买方拒绝付款或无力付款的风险。

【业务流程】

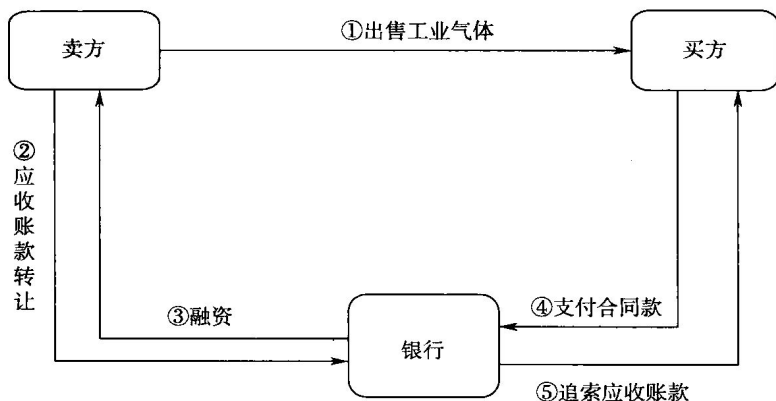


图1 买卖合同项下无追索权保理业务融资

无追索权项下保理业务流程：

1. 卖方与买方签订贸易合同，卖方向银行提出叙做保理的意向。
2. 银行对卖方的经营情况进行审查，着重分析其执行贸易合同的能力及信誉状况；同时为买方核定授信额度。
3. 银行主动收集买方资料，着重分析其执行贸易合同的付款能力及信誉状况，为其核准信用额度。
4. 银行在综合考虑资金成本、合理利润、相关费用的基础上决定报价。
5. 卖方接受银行报价并签订保理协议后开始供货，并将附有转让条款的发票寄送买方，同时卖方将发票副本交银行。
6. 银行按照不超过发票金额的一定比例进行融资。
7. 买方在发票到期日前付款至银行指定账户。



国内保理近年来发展很快，但大部分都是有追索权保理，无追索权保理因买方通常不配合，在国内发展缓慢。如在电信设备交易中，由于电信运营商处于绝对优势地位，一般不配合提供应收账款转让确认回执，因此公开无追索权的保理很难实施。甚至有些企业因为正常贷款不能获得批准，采取与关联企业勾结的方式，制造虚假的应收账款，利用银行大力发展保理的心理诈骗银行信贷资金。因此，银行发展保理业务一定要正确地选择对象、规范操作，切莫心急。

【产品优势】

1. 对卖方的优势。改善报表，为一些特殊动机的客户提供改善报表的工具。客户操作无追索权的保理最大的动机就是去掉应收账款，美化报表，达到上市公司的要求。客户经理在营销该产品的时候，要区分客户的经营阶段，在准备上市前，大部分企业都会有这项需要。如果企业单纯为了获得融资，基本不会采用这款产品。很多客户经理在营销的时候，不注意区分无追索权保理和有追索权保理的差别，不区分营销对象的经营阶段，很笼统地介绍这两款产品，营销效果会大打折扣。

2. 对银行的优势。获得高额融资利息和手续费收入，无追索权保理，由于银行提供了改善报表和融资两项标准的服务，因此收费较高。

【提供的服务】

由保理商为其提供下列服务中的至少两项：

1. 贸易融资。在卖方发货后，保理商向卖方提供融资，融资金额一般为应收账款金额的一定比例，具体比例依据商品交易的金额、期限、买方及卖方资信而定。

2. 销售分账户管理。在卖方叙做保理业务后，保理商会根据卖方的要求，定期或不定期向其提供关于应收账款回收情况、逾期账款情况、信用额度变化情况、对账单等各种财务和统计报表，协助卖方进行销售管理。

3. 应收账款催收。保理商一般由专业人员和专职律师进行账款追收。保理商会根据应收账款逾期的时间采取信函通知、打电话、上门催款直至采取法律手段确保到期的款项及时收回。

4. 信用风险控制与坏账担保。在无追索权保理情况下，卖方与保理商签订保理协议后，保理商会为债务人核定一个信用额度，并且在协议执行过程中，根据债务人资信情况的变化对信用额度进行调整。对于卖方在核准信用