

立金银行培训中心丛书



- 最前沿的保函新产品
- 最经典的实务案例
- 最详尽的使用理解
- 用最短时间成为一名优秀银行客户经理
- 吸收存款，完成中间业务收入的王牌产品——保函
- 营销工程承包企业、设备制造企业的关键工具
- 行长送给客户经理的最好礼物

北京立金银行培训中心

陈立金◎著

银行保函 产品培训



中国经济出版社
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

银行保函产品培训

北京立金银行培训中心

陈立金 著



中国经济出版社
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

北 京

图书在版编目 (CIP) 数据

银行保函产品培训/北京立金银行培训中心、陈立金著. 北京: 中国经济出版社, 2010. 2

ISBN 978-7-5017-8454-7

I. 银… II. 陈… III. 国际贸易—担保—银行信用—技术培训—教材

IV. F830. 73

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 199458 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 人民文学印刷厂

经销者 各地新华书店

开 本 710mm×1000mm 1/16

印 张 13.25

字 数 188 千字

版 次 2010 年 2 月第 1 版

印 次 2010 年 2 月第 1 次

书 号 ISBN 978-7-5017-8454-7/F·7446

定 价 35.00 元

中国经济出版社 网址 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

本书力图用通俗易懂的语言透彻地讲述银行主流保函产品的基本要点、产品优势、定价策略、适用对象、营销技巧等,并将保函产品与票据产品、贷款产品等交叉销售的技巧详细讲解,目的在于使学员快速掌握银行保函产品,有效地分析把握客户需求,快速成长为优秀的银行客户经理。

本书对所讲述的所有保函产品全部配备案例,以方便学员学习。

郑重说明:本书的所有案例均为模拟设计,如有雷同,纯属巧合。

保函营销之道

无数人问我，如何成为王牌银行客户经理。

回答很多次，永远都只有一个答案：熟悉产品、熟悉业务，没有关系一点都不要紧，只要你足够勤奋，肯学习业务，你就会成为最顶级的银行客户经理。银行就如同江湖，只要你肯咬牙坚持下去，只要你心中始终有梦想，总有你绽放的一天，天下一定会有你一席之地。

想一想，你现在的行长不也是从草根做起，一步步积累人脉，一点点做业务，做到现在的位置吗。

我始终认为银行客户经理只有熟练使用授信产品才可以在银行立足，在银行纷繁芜杂的产品花园中，授信产品是皇冠上的明珠，是花中之王。在银行授信的兵器榜上有四大天王：贷款、票据、保函、信用证。其他产品在我们的《银行票据产品培训》《银行对公授信培训》中已经讲到，本书仅详细介绍保函产品。记住，保函也可以帮助你吸收非常可观的存款。

我们应该很庆幸自己生活在中国最伟大的时代，中国的经济发展锐不可当，奔涌向前。中国历史上没有任何一个时候的经济像今天这样活跃，今天的中国企业如此需要银行支持，“江山如此多娇，引无数英雄竞折腰”，银行客户经理可以在中国最广阔的经济舞台上施展自己的才华，分享中国经济的伟大成长。经济越活跃，企业开工越旺盛，对保函需求量就越大。我们每个人，只有顺应经济大势，才可能有一

番作为。尤其是银行客户经理，成天与企业打交道，更是如此。

下面介绍一下我当年使用保函的经历，与大家分享一个银行客户经理的成长过程！

一、保函作为敲门砖

关心并解决客户的需要，你才有价值。银行必须能满足客户需要，才能被客户接受。在纷繁芜杂的众多银行产品线中，客户最需要的是银行信贷产品。

我来自内蒙古，参加工作进入一家股份制银行。我第一个客户就是扫楼扫来的，其间，经历无数的闭门羹。感谢那段时光，现在的“皮糙肉厚”都是那时锻炼而成。脸皮太薄是没法做银行客户经理的。

还记得接触的第一个大客户——北京北开电气股份有限公司。自己千辛万苦，经过多次苦等终于见到总会计师，我一心想让对方赶紧到银行开户，来点存款吧。谁知客户直接说，你知道我们是做什么的吗，来的银行太多了，很多都是关系介绍来的，你们能给我们做点什么？

很惭愧，我还记得自己紧张的后背全湿了，真的对客户一无所知。原来，不是简简单单见了客户，客户都会很客气，存款就会来。

我很快回去认真研究北京北开电气股份有限公司到底是做什么的，卖什么产品，对银行会有什么需求。后来了解到，客户销售设备给电力公司，会有保函需求。我认真学习银行保函产品的定义、营销要点，给客户详细解释后，客户很快接受了我的方案，成为我们的保函大客户。保函最高峰达到 50 多笔，存款高达 6000 万元。

后来，我总结，现在客户都很现实，绝对不是用你一趟趟拜访可以感动的，也绝对不是你不断请客送礼，客户就会投怀送抱。有时候，酒

喝了不少，费用花了很多，却一点不见成效。喝酒、送礼都是给客户办成业务以后该做的事，这可以锦上添花。客户关心的业务没做成，酒白喝、礼白送。

如今，我去拜访客户，首先必定先了解这家客户的基本经营情况，自己先揣摩到底客户会使用我们哪些产品，这些产品的定价规则、营销要点、需要客户配合哪些、客户会提哪些问题？有备而来，按照客户需要的方式来解释银行产品，成功率会大大提高。

我知道，客户并不是因为我诚恳，因为我勤奋，就给了我这么多存款。客户需要承揽工程，需要销售设备，我只不过是帮助客户实现了他希望的商业目的，我的存款因客户承揽的工程需要开立保函而存在，工程结束，保函到期，存款自然就消失了。我只有拼命给客户开立新保函，帮助客户去接单子，拼命帮助客户承揽工程，存款才会源源不断涌来。我既在给银行打工，同时又在给客户打工。

不管你愿不愿意相信，这个世界很现实，你对客户有用，客户就会接近你，给你想要的一切。你需要做的就是让客户感觉到你很有价值，让客户离不开你。

我们的价值是因为对别人有用！

更准确地说，客户愿意与你接触并不是你个人有什么过人之处，客户不需要你，而是需要你背后的银行，你个人的价值依托于银行而存在，而银行的价值在于其经营信贷、经营信誉的天然优势。

保函，准确地说就是银行在销售自己的信誉。

二、交叉销售多款产品

银行开拓业务，有人脉关系资源很重要，但是绝对不是没有关系，就没法开拓业务了。保证银行客户经理真正可以安身立命的是银行产品，尤其是对公信贷产品，这点我深信不疑。

通过保函这个产品打开北京北开电气股份有限公司的大门后,存款是有了不少。但是,面临的竞争也很多,很多银行看到我们的保函业务成功后,也纷纷以保函作敲门砖,有些甚至打起价格战。看到这种苗头,我就清楚地意识到,必须交叉销售,必须让客户使用尽可能多的产品,进行全方位合作。从只有保函合作,到票据、贷款、代发工资、信用证全方位合作,渗透到客户经营血液中,彻底捆绑客户。

就像一个藤牢牢地捆绑在树上,捆绑节点越多越好,最后树和藤干脆长在一起,分不出彼此。客户经营越好,给我们的业务量就会越大;而我们越支持客户,客户经营就会越好,形成正向循环。

后来,我们根据北京北开电气股份有限公司采购、销售、人员等情况,设计一个综合性金融方案,量身定做。在采购环节提供银行承兑汇票;在销售环节,提供保理;针对该公司子公司较多情况,提供集团统一授信。

对于大客户,授信产品应当根据客户需要进行量体裁衣式个性化设计,千万不要机械地推销标准化银行产品。很多单一标准功能化产品,大客户根本不屑使用。我们根据客户的特殊情况,对很多产品作适度改进,迎合客户需要。比如,我们给北京北开电气股份有限公司核定1亿元银行承兑汇票额度,客户提出如果暂时不用银行承兑汇票,可以换成保函。在比如,我们看到北京北开电气股份有限公司收到很多银行承兑汇票,很多都直接背书转让掉了,我们就提议给客户做票据置换业务。

经过与北京北开电气股份有限公司打交道,我们总结:银行营销已经从单一标准化授信产品提供发展为根据企业采购、销售、经营管理,将各类授信产品嵌入到企业产业链,为企业设计个性化的金融服务方案,提供切实的价值增值,在服务客户的同时达到获取银行经营利润的目标。

在营销过程中,不能总是等待客户主动向银行提出需求,应当挖

掘客户的潜在需求,使客户了解到通过接受银行新产品和服务方案可以获得其还没有意识到的收益,解决其尚未解决的困难。

一个信贷项目决不仅仅是单一授信产品提供,而应当是一个整体方案,方案的最大好处在于实现银行信贷产品嵌入客户的产业链,与客户经营需要的完整对接,而且银行清楚信贷资金的用途和授信的准确风险度。

银行客户经理应当记住:一个项目能否成功必须满足“开心”的两个原则。

“客户开心”原则就是银行提供的授信服务方案必须使客户感觉到了现实的利益,满足了其需要,客户愿意使用银行的产品;

“银行开心”原则就是银行从客户那里赚到了收益,我们是商业银行,赚钱才能生存。“客户都是上帝”这句话是错误的,只有给银行带来价值的客户才是上帝。

三、本书的特点

1. 最前沿的保函产品。本书介绍了当前市场上使用较为广泛的各项银行保函产品,其中很多产品非常新颖,如投标保函、履约保函、预付款保函、质量保函、工资保函和出国保函等;还包括很多保函与其他产品的交叉销售案例。

2. 最新颖的实务案例。本书对每个保函产品配以案例,通过案例详细解释每个保函产品的含义、功能和操作规定,并结合营销实践经验,提炼产品营销技巧。在这里,没有艰深复杂的银行保函产品和枯燥的理论知识,而是全部使用通俗易懂的语言解释清楚每个银行产品。

3. 产品使用的理解。保函产品对于银行而言是一项风险业务,在取得收益的同时也蕴含一定潜在风险。通过这本书,我们把对银行

产品的理解、产品适用客户、存在的风险点及如何防范等进行了详尽介绍,希望银行客户经理能尽快掌握银行产品,并能够切实应用到营销工作中。

在这里提醒一下大家,不是靠贷款、票据才能拉来存款,保函同样在营销客户的过程中非常有效。

立金银行培训中心

陈立金

目 录

第一章 保函基础知识

一、保函基本定义	3
二、保函基本种类	4
三、银行保函涉及主要当事人	6
四、见索即付保函	7
五、银行在开立保函时应注意的问题	10
六、保函风险控制要点	11
七、银行办理保函收益	14
八、保函与其他产品交叉销售	15
九、保函营销的注意事项	20
十、银行各类保函审查要点	21

第二章 主流保函品种

一、投标保函及套餐服务	27
二、履约保函及创新品种	44
三、预收(付)款退款保函	54
四、融资保函——“内保外贷业务”	77

第三章 新颖保函

一、关税保付保函	83
二、保释金保函	89
三、付款保函	92
四、租赁保函	106
五、质量保函	110
六、个人出国留学保函	114
七、对外劳务合作备用金保函	116

第四章 保函的营销要点

一、投标保函、履约保函客户寻找要点	123
二、预付款保函客户寻找要点	125
三、付款保函客户寻找要点	126
四、质量保函客户寻找要点	127
五、关税保付保函客户寻找要点	128
六、保函重点客户名单	129

附 录

如何成为银行优秀客户经理	185
立金的精彩观点	189
银行业务使用要诀	191
存款在哪里——拉存款之歌	195
北京立金银行培训中心主要培训课程介绍	196
北京立金银行培训中心简介	198

第一章

保函基础知识

BAO HAN JI CHU ZHI SHI

一、保函基本定义

银行保函是指银行应委托人申请而开立的具有担保性质的书面承诺文件,一旦委托人未按其与受益人签订的合同约定偿还债务或履行义务,由银行履行担保责任。

保函是一种融信行为,银行将自己良好的信用出借给客户,帮助客户完成商务交易。保函可以充分看出,银行类似在做无本买卖,就是在白纸上写一排字,“保证申请人一定会做到×××”,加盖银行专用章后即生效,就被市场接受,银行就可以挣到钱。

“融”即出借的意思,融资是出借资金,融信是出借信用。不管银行融资还是融信都是有偿的行为,银行要么直接向客户索偿手续费,要么要求客户缴存保证金。

银行保函业务是银行非常重要的表外融资业务,不占用银行的信贷资金,对资本占用较少,属于典型的中间业务收入,非常值得深入研究。

投标保函是帮助客户承揽合同,银行承兑汇票是客户履行合同付款义务。



讲师建议

一个成熟的银行客户经理必须懂得银行保函营销之道。保函和票据、贷款等产品捆绑销售,会非常受客户欢迎。

我们只有多帮助客户扩大生意,赚钱更多,客户才会感激我们,才会把更多的存款交付给我们。

银行保函业务是银行非常重要的表外融资业务,不占用银行的信贷资金,对资本占用较少,属于典型的中间业务收入,非常值得深入研究。

二、保函基本种类

最常发生的工程项下保函业务,即投标保函、履约保函、预付款保函、工资付款保函,及贸易中常用关税保付保函、付款保函、保释金保函、租赁保函、质量保函等9个主流品种,以及最新流行的个人出国留学保函、对外劳务合作备用金保函。

银行在日常做业务过程中,最经常使用的就是以上保函品种,银行客户经理一定要熟练掌握。这些保函是银行开拓存款、中间业务的王牌工具。

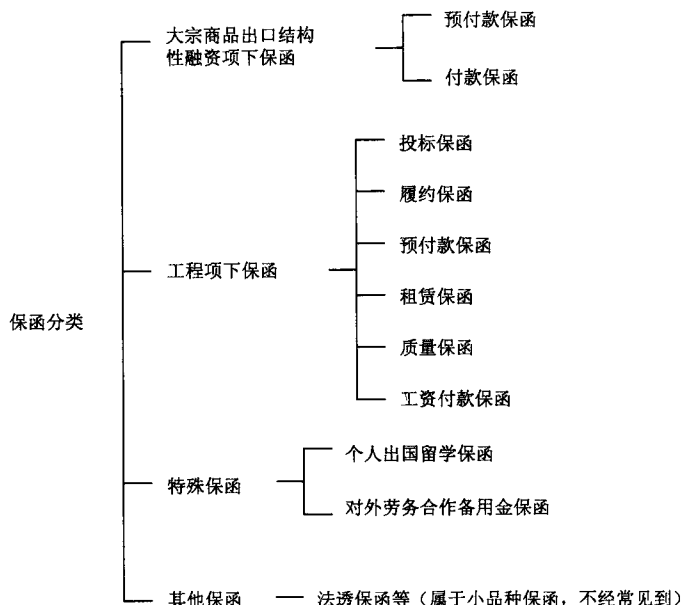


图 1-1 保函分类图

流行的保函使用分类：

1. 大宗商品出口结构性融资项下保函。

在跨境贸易中使用,应用于大宗商品的贸易。

大宗商品结构性融资项下预付款保函即在订立长期合同的大宗商品(如

氧化铝、焦炭、钢材等)贸易项下,买方银行根据卖方银行向买方开立的预付款保函向买方提供结构性融资,从而促进贸易的实现。此类保函业务可以给银行带来除保函手续费之外预付款资金往来、保证金存款等派生业务,综合收益非常可观。银行应当高度重视大宗商品出口结构性融资项下保函。

主要包括:预付款保函、付款保函。

2. 工程项下保函。

在境内使用较多,应用于工程项下的担保。

银行应工程承包商要求,为承包商签发的各类保函,保证业主单位的权益。

主要包括:投标保函、履约保函、预付款保函、工资付款保函、租赁保函和质量保函等品种。



7 讲师建议

要真正服务于客户的生产经营,而非只是表面。

要将对客户的服务渗透到客户的经营过程中。营销银行保函业务切记必须紧盯企业的生产经营活动,进行有目的的跟踪营销。一个工程企业在投标时,银行一定要介入,千方百计要求由本行开立投标保函,帮助客户中标;一旦中标,肯定要求提交履约保函,银行就可以将履约保函销售出去,及时为客户办理履约保函,保证合同签署;签订交易合同后,我们又可以提供预付款保函以帮助客户获得预付款,保证工程开工资金到位;项目结束还会使用到质量保函,保证工程项目的质量,帮助客户索取尾款。银行营销保函要做到“从鱼头吃到鱼尾”。

要关心客户的利益就如同关心我们自己的利益,客户得到工程就像我们自己中标一样,并且我们还要千方百计地帮助客户保质、高效地完成工程。

帮助客户赚钱是维护、开拓客户最好的方法,我们要让客户认同我们的商业价值。只要我们能够帮助客户赚钱,客户就会对我们不离不弃。