



立金银行培训

银行培训畅销书

- ◎ 票据——最有效的营销利器，吸收存款的
王牌产品
- ◎ 行长送给客户经理的最好礼物
- ◎ 最前沿 票据新产品、最经典的实务案例、
最详尽使用理解，用最短时间成为一
名优秀商业银行客户经理
- ◎ 最优秀的商业银行对公授信产品培训讲师
的最新力作

银行 票据

产品 培训

陈立金◎著



中国经济出版社
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

银行客户经理培训宝典

励志照亮人生 授信改变命运

银行票据产品培训

COMMERCIAL BANKING DRAFT PRODUCTS

陈立金 著



中国经济出版社

CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

图书在版编目(CIP)数据

银行票据产品培训/陈立金著. —北京:中国经济出版社,2009.4

ISBN 978-7-5017-9193-4

I. 银… II. 陈… III. 商业银行—票据—结算—业务核算—教材
IV. F830.33

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2009)第 060373 号

出版发行:中国经济出版社(100037·北京市西城区百万庄北街3号)

网 址:www.economyph.com

选题策划:苗青(13901005441)

责任编辑:伏建全(010-68321948)

责任印制:张江虹

经 销:各地新华书店

承 印:北京市昌平新兴胶印厂

开 本:710 mm×1000mm 1/16

印张:20 字数:287千字

版 次:2009年6月第1版

印次:2009年6月第1次印刷

书 号:ISBN 978-7-5017-9193-4/F·8151

定价:39.80元

版权所有 盗版必究

举报电话:010-68359418 68319282

国家版权局反盗版举报中心电话:12390

服务热线:68344225 68369586 68346406 68310012

票据里到处都是黄金。票据最大价值在于服务真实商品贸易,形成结算链条,首尾衔接,绵延不止。

切忌直接贴现,将票据生生切断。最好的选择是收到票后全部转为“票易票”,银行沿着产业链向上游延伸,借助现有客户营销新客户。

“善弈者谋势,不善弈者谋子。”

票据营销必须有产业链意识,银行深入到产业链中,挖掘银行的价值回报。

看见了那么多票据被直接贴现掉,真的很痛心!

客户经理到处在拉存款,开拓新客户,忙得昏天黑地。殊不知,存款就在这小小的票据里,客户就在这小小的票据里。

强烈建议,客户经理必须练习签发银行承兑汇票、练习办理票据贴现业务、练习办理票易票业务,哪怕一笔业务根本不赚钱,也应该积极尝试一下,练练手。

银行客户经理应该迅速成长为王牌客户经理。

一个最重要的方法，就是学习银行授信产品，尤其是银行票据产品。

票据就如同兵器中的“倚天剑”，没有一种兵器像票据这般锋利，削铁如泥，招式千变万化。宝剑既出，谁与争锋。

谁拥有票据这种“倚天剑”，谁就可以笑傲江湖，成为王牌客户经理。

前言

票据成就优秀银行客户经理

“工欲善其必先利其器”，做银行公司业务客户拓展亦如此。票据是银行对公业务拓展最锋利的武器。

本书所讲的票据，仅包括银行承兑汇票和商业承兑汇票及这两种基础票据产品的衍生创新品种。在银行营销实践工作中，大量使用到的就是银行承兑汇票和商业承兑汇票。立金银行培训中心成立后，一直在从事客户经理的实务培训工作，我们培训最重要的一部分内容就是票据产品，教会客户经理掌握最新票据产品，熟悉票据营销技巧。票据功能极为强大，成就了当前很多优秀的股份制商业银行。建议各家银行的对公客户经理、票据从业人员、信贷审批人员认真学习本书，积极将本书产品运用到营销实践。本书具备如下特点：

一、收录当前最新颖的票据产品

本书特点清晰，收录了当前流行的最新票据产品，种类非常丰富，多达50种，既包括单一票据产品，同时又包括多票据产品的组合及票据与其他产品的组合运用。其中，商业承兑汇票保贴、代理签发银行承兑汇票、准全额保证金银行承兑汇票、理财产品质押银行承兑汇票、票据代理贴现、财务公司保兑贴现等都是最新的票据产品，银行客户经理必须非常认真学习。



二、最清晰方式解释票据产品

本手册用通俗易懂的语言力图讲清楚每款票据产品的优势、定价、适用对象、营销技巧等，目的在于提高银行从业人员对票据的理解，能立即运用于具体营销工作中，票据是一项实践性很强的产品，越使用越熟练。国内大部分银行都不缺产品，但是普遍存在的问题是缺少培训，或者缺少非常精通产品、有丰富实战经验的讲师的培训，本书由名师呕心沥血完成，全是亲身使用产品的总结，会对客户经理有极大帮助。

三、超大规模的实务案例

案例极其丰富是本书最大的特点，以案例解释其中使用到的票据产品，包括：产品特性、使用技巧、风险控制措施；以案例解释产品对客户的益处，诸如给客户带来降低成本等利益；以案例解释产品对银行的价值，包括：带来存款、利息等收益；以案例示范可以引申营销的行业，启发客户经理的拓展思路。

本书是目前国内收录票据产品最全、产品最新颖的一本书。

真心希望通过本书及立金银行培训中心的一系列丛书，经过我们的艰苦努力，切实提高中国商业银行客户经理的业务素质；客户经理学习该书后，马上就能应用到实践中，知道怎样去开拓存款，不再有“拔剑四顾心茫然”的彷徨。

请马上打开本书，认真阅读。

对各位客户经理还有一个忠告，尽可能牺牲娱乐，每天晚上不要看电视，先认真研习本书，理解其中的精髓。

人和人的差距都是每天晚上睡觉前那3个小时你在做什么决定的。
励志照亮人生，票据会改变你的命运。

目 录

前言 票据成就优秀银行客户经理 (1)

第一节 票据基础知识

一、票据基本概念 (3)

二、票据的六个特点 (8)

三、票据的三个功能 (11)

四、票据权利 (12)

五、票据客户营销技巧 (13)

六、担当过桥贷款的票据 (20)

七、票据营销要点 (23)

八、贴现需要增值税发票的规定 (24)

九、银行承兑汇票风险敞口承诺费 (25)

十、票据背书 (26)

十一、背书中常见的错误 (28)

十二、粘单 (29)

十三、什么是前手,什么是后手 (30)

十四、银行承兑汇票背书注意事项 (31)

十五、如何判断银行承兑汇票背书是否连续 (32)

十六、银行承兑汇票回头背书 (33)



十七、转让票据	(33)
十八、票据权利的时效	(35)
十九、辨别银行承兑汇票真假	(36)
二十、票据业务与贷款反周期操作策略	(38)
二十一、票据的竞争要点	(40)
二十二、票据常规知识	(40)
二十三、票据主要适用行业示范	(44)

第二节 票据产品

一、银行承兑汇票	(49)
二、代理签发银行承兑汇票	(57)
三、全额保证金银行承兑汇票	(60)
四、准全额保证金银行承兑汇票	(64)
五、理财产品质押银行承兑汇票	(68)
六、商业承兑汇票	(71)
七、卖方付息票据贴现	(81)
八、即时贴业务	(92)
九、买方付息票据贴现	(95)
十、买方付息票据提前解付	(101)
十一、终端买方付息票据贴现	(103)
十二、回购式票据贴现	(106)
十三、协议付息票据贴现	(110)
十四、集团贴	(113)
十五、代理贴现	(117)
十六、放弃部分追索权商业汇票贴现	(123)
十七、商业承兑汇票保贴	(129)
十八、票据委托贴现	(134)
十九、银行承兑汇票质押贷款	(138)



二十、财务公司保兑商业承兑汇票	(141)
-----------------------	-------

第三节 票据组合融资业务

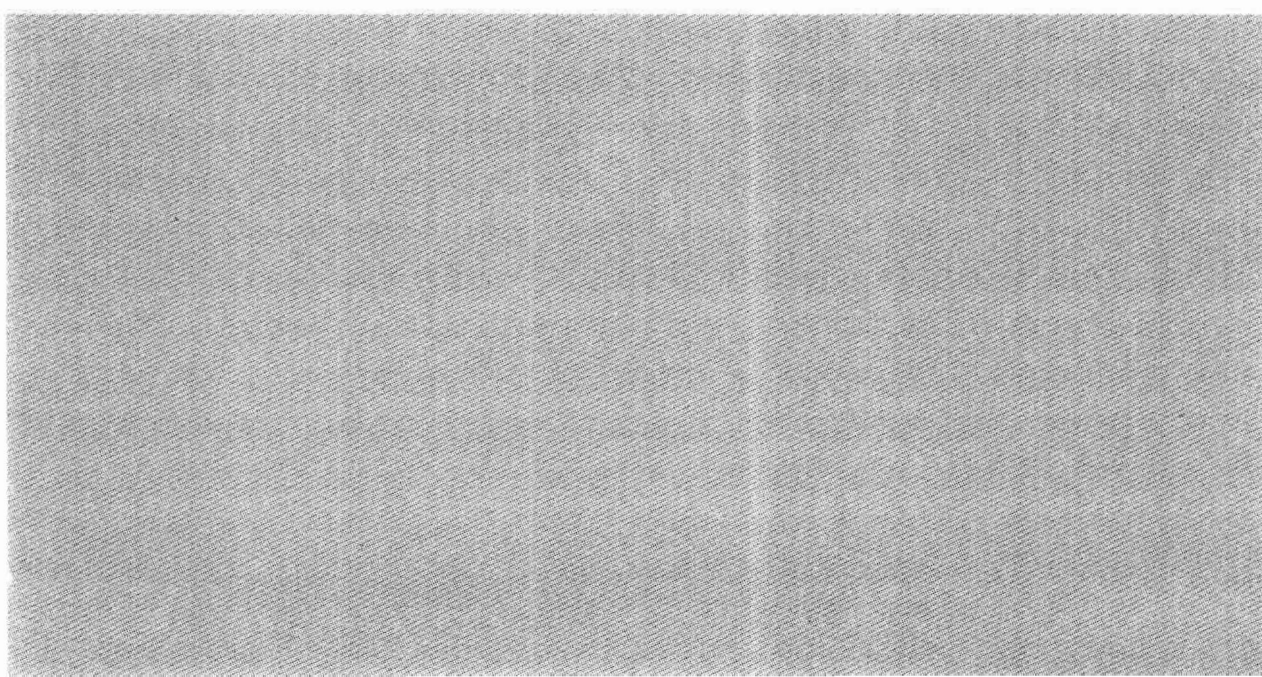
一、短票变长票(单笔票据短变长)	(149)
二、小票变大票(多笔票据短变长)	(154)
三、大票变小票(一笔短票据变多笔长票据)	(157)
四、长票变短票(单笔票据长变短)	(160)
五、大票变小票(单笔长票据变多笔短票据)	(165)
六、大票变小票(单笔大银票变多笔小银票)	(168)
七、商票变银票(短变长)	(173)
八、商票变银票(长变短)	(176)
九、短银票变保贴长商票	(179)
十、银行承兑汇票质押项下保理	(182)
十一、商业承兑汇票质押项下保理	(185)
十二、银行承兑汇票+代理贴现+买方付息	(188)
十三、银行汇票+代理贴现+买方付息+ 放弃部分追索权贴现	(191)
十四、票据信托计划("多对一"或"一对一")	(194)
十五、票据池	(198)
十六、第三方票据质押银行承兑汇票	(202)
十七、长银票→短银票→长银票	(205)
十八、长银票→短银票→长商票	(207)
十九、银票套餐(前置保证金+后置保证金)	(209)
二十、银票套餐(前置保证金+后置票据)	(213)
二十一、银票套餐(前置票据保证金+后置存款保证金)	(215)
二十二、出口信用证+银票+押汇	(218)
二十三、银票质押开立国内信用证(买方押汇)	(221)
二十四、商业汇票质押保函	(223)



二十五、国内信用证项下商业汇票	(226)
二十六、集团付息票据	(228)
二十七、放弃付款请求权银票保理	(231)
二十八、银行承兑汇票滚动质押融资	(233)
二十九、信用证(保函)担保银票	(237)
三十、汽车经销商票据金融网	(240)
三十一、三方保兑仓	(244)
三十二、四方保兑仓	(252)
附件 协议文本	(263)
后记 寻找客户的几个重要渠道	(305)
银行客户经理成才要诀	(307)

第一节 票据基础知识

- 了解票据、熟悉票据、喜欢票据
- 将票据作为自己生命的一部分
- 真正掌握票据，才能在实际的营销活动中得心应手
- 一旦熟悉，就会发现票据的攻击性无以伦比





一、票据基本概念

1. 票据

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。

特点: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。

在银行客户经理实务营销工作中,主要使用到的票据品种是银行承兑汇票和商业承兑汇票及这两种工具的创新品种。

银行承兑汇票和商业承兑汇票就如同江湖上的绝代双骄,熠熠生辉,具备极其强大的威力,客户经理必须认真领悟其中精髓。

2. 承兑

承兑是汇票付款人承诺在汇票到期日支付汇票金额的票据行为。

汇票到期应当自偿,即以票据对应商品交易结算获得的资金来清偿票据的债务,银行在审查客户提出的申请时,要求以合法商品交易为基础。同时,必须调查出票人的清偿票据债务的能力。切记:汇票是为了保证清偿商品交易项下的债权债务而产生,不可单纯为了资金融通而签发融资性票据,尤其是规模较小的企业通过签发没有真实贸易背景的票据来套取银行信贷资金,危害极大。



3. 票据流通

票据可以通过背书直接进行转让,无须通知原债务人。按照《民法》和《合同法》的规定,一般债权转让须通知债务人,如果债权人转让其债权时没有通知债务人,债务人仍应向原债权人清偿债务,受让人无权要求债务人清偿债务。《票据法》明确规定:“转让票据权利无须通知债务人,让与人只需要按照规定的程序,把票据按照合规的背书交给受让人即可。受让人有权要求债务人按照票据规定条件清偿债务,债务人不得以不知转让事宜为由,拒绝受让人提出的清偿债务要求,债务人也不得坚持向原债权人清偿债务。”

为了保障已支付对价而善意取得票据受让人的权益,《票据法》规定“票据上的权利一经转让,已支付对价而善意取得票据受让人的权利优于让与人的权利,无论是该票据的出票人或让与人任何前手因与让与人的抗辩理由,一般都不能因以对抗善意受让人。”

【票面要素】

- (1)“银行承兑汇票”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。

以上7个要素构成了票据成立的核心。

出票金额。《票据法》第八条规定:票据金额以中文大写和数字同时记载,二者必须一致,二者不一致的,票据无效。支付票据金额是签发和使用票据的唯一目的和最终目的,也是确定债权和债务的重要依据。

签章。出票人制作票据,应当按照法定条件在票据上签章,并按照所记载的事项承担票据责任。《票据法》第七条规定:“票据上的签章,为签名、盖章或者签名加盖章。法人和其他使用票据的单位在票据上的签章,为该法



人或者该单位的盖章加其法定代表人或者其授权的代理人的签章。在票据上的签名,应当为该当事人的本名”。票据上的签章,一般适用于:票据签发时,由出票人签章;票据转让时,由背书人签章;票据承兑时,由承兑人签章;票据保证时,由保证人签章;票据代理的,由代理人签章;持票人行使票据权利的,由持票人签章。票据上的签章,可以采取以下方式之一:签名;盖章;签名加盖章。当事人在票据上采取此三种方式之一的,均产生签章的效力。

对记载事项的要求,《票据法》第九条规定:“票据上的记载事项必须符合本法的规定。票据金额、日期、收款人名称不得更改,更改的票据无效。对票据上的其他记载事项,原记载人可以更改,更改时应当由原记载人签章证明”。《票据法》第一款包含三个方面的含义:1. 票据上的各类记载事项必须符合本法从总则到以后各章中规定的有关内容,汇票的绝对记载事项,其内容缺一不可;2. 各种记载事项必须按票据法规定的方式或形式予以记载,如票据金额,须同时以中文大写和数码记载等;3. 票据上的记载事项应当符合票据法的其他要求。《票据法》第二款、第三款规定了票据记载事项的更改问题,主要是为了维护票据行为要式性,保障票据使用的安全,防止票据的伪造、变造,并且特别规定了一些关键事项不得更改,这些事项是:票据金额、日期、收款人名称。

【点评】

1. 票据是一种债务凭证

票据是一种债务凭证。顾名思义,债权人凭票而索,债务人据票而付,允许延期付款,债务人实际就如同一张欠条。

传统现金结算方式下,“一手交钱、一手交货、钱货两清”,这种方式对买方要求较高,不利于商品交易,属于在不发达经济条件下的结算手段。

在现代发达的市场经济条件下,卖方允许买方以票据支付,实际就是允许买方赊欠,提供一张借据或者欠条先提货,以借据约定远期支付货款的金额、期限。首先产生的票据是商业承兑汇票,后来大家觉得商业信用不好,没有保证。于是,就在借据上又加入银行保证,这样便有了银行承兑汇票。



我认为,票据就是“欠条”。银行承兑汇票是银行担保项下的欠条,商业承兑汇票是企业之间直接出具的欠条。大家注意银行承兑汇票的7个要素与“欠条”的要素一模一样。银行承兑汇票7个要素:(1)“银行承兑汇票”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:银行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)。当然为了保证债务确实能够偿还,还要找个担保人,银行承兑汇票方式下,银行作为保证。当然要注明债务人委托银行保证字样(无条件支付的委托),银行以签章方式代替签字。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。

票据自产生以来一波三折,起起伏伏,经历了无数变迁,功能进行了不断完善,但是基本保证付款的功能却没有任何变化。

2. 银行在经营信用

银行就是经营信用的。贷款是相信借款人能够还款,考量银行对借款人的鉴别能力、管理能力;接受银行承兑汇票是票面收款人相信办理银行承兑汇票的银行有足够的履约能力、担保能力,银行在出售自己的信用。银行要么发放贷款赚钱(表内业务,真金白银地动用现金,如流动资金贷款等),要么替别人担保赚钱(表外业务,出售银行的信用,如信用证、银行承兑汇票、保函等)。

银行无信而不立,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,也就是资本金,别人相信银行能够履约是建立在这家银行强大的资本金基础上,信任绝不可能建立在空中楼阁之上。

任何一家银行滥用信用的结果最后将是丧失信用,失去银行经营的根基。