



银行产品培训 畅销书

HANGYE YINHANG  
DUIGONG SHOUXIN PEIXUN



# 商业银行

## 对公授信培训

(第二版)

立金银行培训中心 著

最前沿的创新银行对公授信产品  
最经典的银行授信产品案例解析

最透彻的银行授信产品营销要点  
最详尽的银行授信产品使用理解

本书适合商业银行公司业务条线支行行长、客户经理学习使用



中国金融出版社

# 商业银行对公授信培训

(第二版)

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

商业银行对公授信培训 (Shangye Yinhang Duigong Shouxin Peixun) / 立  
金银行培训中心著. —2 版. —北京: 中国金融出版社, 2011. 9

ISBN 978 - 7 - 5049 - 6028 - 3

I. ①商… II. ①立… III. ①商业银行—信贷管理 IV. ①F830.5

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2011) 第 137459 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, 63439533 (传真)

网上书店 <http://www.chinafph.com>

(010)63286832, 63365686 (传真)

读者服务部 (010)66070833, 62568380

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 36.75

字数 600 千

版次 2011 年 9 月第 1 版

印次 2011 年 9 月第 1 次印刷

印数 1—3000

定价 59.00 元

ISBN 978 - 7 - 5049 - 6028 - 3/F. 5588

如出现印装错误本社负责调换 联系电话 (010) 63263947

# 前 言

本书自2008年4月第一次印刷以来，销售已超过2万册，这是银行专业图书的一次纪录，很感谢各位银行同仁。很多银行客户经理通过学习本书获得了快速的成长，业务提升很快，我们感到非常欣慰。

本书是我们总结了培训中经常使用的授信产品教材。最近两年，商业银行又推出了一些新颖的对公授信产品，因此有必要对本书进行适当补充，于是，我们组织教师作了重新修订。新书最大的变化就是加入了最新的授信产品，同时，将原来解释不够透彻的内容进行了完善。

商业银行展业最需要的是授信产品，可以说得授信者得天下。能够透彻掌握授信产品是一件非常困难的事情。

我们一直致力于给国内商业银行的业务战线同仁推出一本工具书，收录当前商业银行最新的对公授信产品，从适用营销的角度来解释银行产品如何使用、如何理解等。本次编撰的《商业银行对公授信培训》基本上可以达到以上目的。

国内商业银行在不断设立分行，不断招收客户经理，但是，大部分客户经理没有经过专业的训练，一招进单位，基本上立即开始做业务，师傅带徒弟的方式不适合现在的商业银行培训要求。

谈谈我对商业银行客户经理的培养。

客户经理只有熟练使用授信产品才可以在银行立足。在银行的产品“花园”中，授信产品是“花中之王”。

银行必须首先满足客户需要，才可能有相对于客户而言存在的价值。在纷繁芜杂的众多银行产品中，客户最需要的是银行信贷产品。银行信贷产品可以放大客户的经营能力。正确地使用银行信贷工具，可在满足客户需要的同时，实现银行吸收存款、获取收益的目标，单纯地拉存款太困难了。

要知道，客户愿意与我们接触并不是你个人有什么过人之处，而是需要你背后的银行，我们个人的价值依托于银行而存在，而银行的价值在于其经

营信贷的天然优势。

——熟悉银行产品方可安身立命

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无法开拓业务了。保证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。

——设计“量体裁衣”的方案而不是机械地推销标准化银行产品

授信产品应当根据客户的需要进行“量体裁衣”式的个性化设计。现代商业银行营销已经从单一标准化授信产品的提供，发展为根据企业采购、销售、经营管理等个性特点，将各类授信产品嵌入企业产业链中，为企业设计个性化的金融服务方案，为客户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，应当启发客户发现自身潜在的需求，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，解决尚未解决的困难。

客户经理销售的不应当是单一授信产品，而应是一个整体方案，方案最大的好处在于将银行信贷产品嵌入客户的产业链，实现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。

客户经理应当记住：一个项目要成功必须满足“开心、放心”两个原则。“开心”原则就是银行提供的授信服务方案必须使客户感觉得到了现实的利益，满足了其需要，客户愿意使用银行的产品；“放心”原则就是银行对借款人使用银行信贷资金用途很清楚，确信企业能到期还款，只有这样的项目才能成功。

——授信操作需要坚持

授信项目报批最熬人，这是做客户经理的直观感受。客户到底有没有风险，客户经理最清楚。授信项目报批需要客户经理异常坚韧，你认准的就是对的，非常执著。有时业务部门与审批部门是一场博弈，你需要坚持，要懂得聪明地回旋。风险点如何控制讲解得一清二楚。

在银行授信项目中，除非特大型垄断客户，如中国石油、中国石化、国家电网、中国移动等公司，客户经理和审批人员可以没有分歧、高度一致，但是这类项目往往审批额度容易，启用额度困难，客户在多家银行有远远超过其业务需求的授信额度。

客户经理和审批人员会对银行的大部分授信项目存在分歧，而对客户最了解的是客户经理，客户经理必须坚持自己认为正确的项目，要想方设法说服审批人员。绝对不可以项目一旦不批，就只是发牢骚、怨天尤人，这样做于事无补。

——授信产品是拓展和维护客户的主要手段

当前银行产品的创新较快，如基金销售代理、网上银行、贸易结算、债券代理等，新产品、新操作模式层出不穷，有时让人眼花缭乱，但对信贷业务的重要性仍要有充分的认识。

要坚信：信贷依然是银行拓展和维护客户最主要、最有效的手段，是商业银行各项业务增长的主要拉动力量，起到“扛鼎”的作用，而非信贷类的产品只能是锦上添花，属于搭售产品。客户经理必须能够准确把握市场主流信贷产品的特点、功能、使用技巧，能够熟练地进行产品组合，设计个性化的金融服务方案。

本书旨在为客户经理提供一个认识主流信贷产品的新视角，增强他们对银行授信产品的了解，提高营销技能。

本书具有以下三个特点：

1. 最前沿的新产品。本书介绍了当前市场上使用较为广泛的各项银行对公授信产品，其中很多非常新颖，如法人账户透支业务、商业承兑汇票保贴业务、商业承兑汇票保押代理出票、买方付息票据贴现、代理票据贴现、保兑仓融资、未来货权质押融资等，还包括很多最前沿的银行融资方案，如供应链融资方案、传统授信与现金管理产品的捆绑操作方案等。

2. 最新的实务案例。本书对每个产品配以案例，通过案例详细解释每个授信产品的含义、功能、操作规定，并结合营销实践经验，提炼产品的营销技巧。在这里，没有复杂的银行产品、枯燥的银行理论知识，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。授信产品对于银行而言是一项风险业务，在博取收益的同时也蕴涵一定的潜在风险。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的介绍，希望客户经理能尽快掌握银行产品，并切实应用在营销工作之中。

在这里再次提醒：银行对公授信产品营销绝不可能是一个标准化的模式，适用于任何客户。根据客户经营管理的实际特点，合理组合现有的授信产品，



提供“量体裁衣”式的个性化服务方案才是营销的最高境界。

《孙子兵法》云，“兵无常式，水无常形”，“因利而制权”。

在此本人须郑重说明，本书中所有案例均为模拟设计，如有雷同纯属巧合。

陈立金

# 目 录

<b>第一章 票据</b> .....	1
<b>第一节 票据基础知识</b> .....	3
一、票据基本概念 .....	3
(票据是一种债务凭证,实际就如同一张借据)	
二、票据的五大特点 .....	6
(票据五大基本特点“因、文、有、权、要”)	
三、票据的三大功能 .....	9
(结算功能、融资功能、投资功能)	
四、票据营销技巧 .....	9
(沉睡贷款客户的激活、寻找关联客户、建立自己的品牌、新服务模式创造客户)	
五、融资性票据认识 .....	12
(纯融资性票据、相对合理的融资性票据)	
六、票据营销要点 .....	14
(票据与贷款的逆向操作营销思路)	
七、办理票据的常规知识 .....	15
<b>第二节 票据产品</b> .....	17
一、银行承兑汇票 .....	17
(银行承兑汇票以真实的商品交易为基础,银行将信贷资金投放、收回与真实商品销售结算紧密、完美地结合在一起,是银行支付工具、信用工具、结算工具、融资工具完美的结合体)	
二、全额保证金银行承兑汇票 .....	25
(全额保证金银行承兑汇票适用于一些对资金价格不敏感行业客户之间的结算,需要银行有意识地去引导企业使用)	





三、准全额保证金银行承兑汇票 .....	28
(准全额保证金银行承兑汇票是一种非常受欢迎的金融新产品,全新的质押率思路,给客户提供了更有价值的融资方式选择,体现银行细微的差异化经营策略创造出绝对的竞争优势)	
四、银行承兑汇票质押开立银行承兑汇票业务 .....	32
(在实际交易结算中,需要银行协助客户进行票据“改装”,大票拆小票,长票拆短票,银行在“改装”票据中获取收益)	
五、商业承兑汇票 .....	36
(相对于已经竞争白热化的银行承兑汇票市场,商业承兑汇票市场属于远未深度挖掘的“荒地”,潜力巨大。如果银行能在这方面深度创新,取得先发优势的话,肯定会赚得盆满钵满)	
六、卖方付息票据贴现 .....	40
(票据贴现业务与贷款逆向操作,中小型银行操作票据贴现业务的正确思路是以大型银行为下家,买进票据后转卖给大型银行,快进快出,赚取息差,自己仅保留很少的票据余额)	
七、买方付息票据贴现 .....	47
(买方付息票据的发展潜力非常大,发展的相对速度肯定将超过传统的票据贴现业务。买方付息票据与代理贴现、无追索权票据贴现进行捆绑销售,将会受到大客户的追捧)	
八、回购式票据贴现 .....	50
(对票据业务规模较大、资金经常出现阶段性盈缺的大型客户适用。利用回购式贴现可以为大型集团客户提供以票据为工具的理财产品,结合票据综合管理、现金管理等业务综合开办)	
九、协议付息票据贴现 .....	55
(买卖双方交易地位随着商品供求关系、双方实力的变化而不断迁移,这也直接决定了票据贴现利息承担的讨价还价,银行夹在双方交易结算博弈中,作为执行者操作双方利益分割)	
十、集团贴现 .....	58
(集团贴现保证整个集团的票据业务集中到集团本部,集中控制风险,保证集团利益最大化)	
十一、代理贴现 .....	60

	(代理贴现业务保证客户既可以获得票据融资的低利率财务费用利益, 同时又保证交易支付的效果同现金一样, 可以获得可观的商业折扣)	
十二、	放弃部分追索权商业汇票贴现	64
	(放弃部分追索权票据贴现业务仅是放弃对票据贴现申请人的追索权, 并没有放弃对其他票据当事人, 尤其是出票人、承兑人的追索权, 绝对放弃全部追索权的票据贴现业务并不存在)	
十三、	商业承兑汇票保贴	68
	(商业承兑汇票保贴业务客户定位在国内实力较强的大型企业集团, 利用大型企业集团与其上游客户的商务合作纽带, 银行实现以票据为载体的链式营销)	
十四、	票据池	72
	(客户将票据全部外包给银行, 自己将全部精力集中于主业, 可以根据自身需要, 随时选择将票据池中的票据进行贴现、质押、到期托收等, 是专业分工的表现, 该业务是一项非常有前景的业务)	
十五、	商业承兑汇票变银票(短变长)	74
	(商业承兑汇票直接贴现是万不得已的选择, 最好的方式是商业承兑汇票质押改造成银行承兑汇票, 需要资金的时候, 办理银行承兑汇票贴现, 这样可以为客户节省大量的财务费用, 同时银行也可获得可观的存款)	
十六、	商业承兑汇票变银票(长变短)	77
	(相对直接将商业承兑汇票贴现, 客户可以大幅降低财务费用。通过改造商业承兑汇票的属性, 票据流通性极大增强, 同时流通费用大幅降低)	
第三节	票据组合融资业务	82
一、	信用证(保函)担保银行承兑汇票	82
	(实现银行信贷资金流与物流的逆向流动, 以信贷资金流注入保证物流畅通, 以物流结算保证银行信贷资金安全, 是为中小贸易类客户解决融资的成功思路)	
二、	保兑仓业务	85
	(保兑仓业务最能满足大型制造类厂商的需求, 厂商提供自身的信誉)	



支持,帮助经销商在银行获得定向采购融资,促进厂商自身产品的销售,同时,厂商可以有效地控制应收账款风险)

三、信用证加保兑仓 ..... 92  
(保证境内采购与境外销售的顺畅连接,实现银行信贷资金流与物流的逆向流动,银行应当组合销售信用证、票据、贷款等多项产品)

四、现货仓单质押担保信贷 ..... 95  
(仓单质押授信的申请人限定在以仓单作为原材料进行生产的工业企业,或以对应货物作为销售对象的商贸企业。要求企业本身必须具备较强的经营运作能力,要防止其盲目囤货,积聚风险)

五、未来提单质押授信 ..... 101  
(未来提单质押担保授信业务有更好的市场适应性,该业务将成为更受欢迎的仓单质押品种,在成品油、有色金属、煤炭等行业有较好的市场机会)

六、委托开证提货权质押信贷 ..... 105  
(该业务模式涉及国内贸易商、进口代理商、出口商、船运公司、终端买方用户等一系列用户,通常依托终端买方客户雄厚的实力、良好的商业信誉保证整个资金链条安全)

七、汽车经销商票据金融网 ..... 107  
(银行通过票据融资,通吃汽车零配件供应商、制造厂商、经销商、终端用户等全部交易主体,同时借助汽车制造厂商对整个产业链的强大控制力锁定融资风险)

**第二章 贷款 ..... 113**

第一节 贷款基本知识 ..... 116

一、贷款基本概念 ..... 116  
(企业流动资金贷款、固定资产贷款的定义)

二、贷款主体条件 ..... 116  
(有坚实的主业,财务状况良好等基本特点)

三、固定利率与浮动利率的营销要点 ..... 117  
(浮动利率贷款适用的客户、固定利率贷款适用的客户)

四、贷款程序 ..... 118  
(提交申请、审核客户、放款操作)

五、贷款风险控制 .....	119
(避免投机性贷款、避免国家限制行业贷款、认真签订贷款合同)	
六、贷款发展趋势 .....	120
(流动资金贷款向贸易融资的转变)	
七、贷款营销要点 .....	120
(1 + N 的营销要求)	
第二节 短期贷款品种 .....	121
一、有价证券质押流动资金贷款 .....	121
(实际操作中存单质押贷款方式出现风险的情况很少,应当考虑适当提高质押率)	
二、结构化贷款 .....	123
(向法人客户发放的一种本外币捆绑型贷款产品)	
三、股票质押贷款 .....	125
(股票质押贷款在于解决借款人的流动资金紧张,弥补自有资金不足,增强其自身经营能力,恢复其“造血”功能,而不是一味地简单“输血”,否则银行可能被问题公司拖进“泥潭”)	
四、备用信用证担保人民币贷款(外保内贷) .....	128
(备用信用证担保人民币贷款应运而生。中资银行和外资银行合作,共同分跨国公司一杯羹。应当注意在融资池中的工具组合,加入票据、贷款等多项产品)	
五、内保外贷业务 .....	134
(当前适应中国企业“走出去”战略的重要产品,可以给银行带来非常可观、稳定的存款和中间业务收入,是银行营销大型集团客户的重要工具)	
六、出口退税账户托管贷款 .....	139
(中国外向型经济的张力、企业自身经济的强劲增长决定对这类融资业务的需求必然更加强劲,银行应当顺势而为,大力拓展出口退税账户托管贷款)	
七、法人账户透支业务 .....	145
(银行通过提供法人账户透支业务作为“敲门砖”,将客户结算资金吸引到本行办理,并开展银行承兑汇票、结售汇等全线银行业务。	



- 单纯提供法人账户透支业务，对银行而言成本太高)
- 八、支票授信业务 ..... 151  
(银行以法人账户透支业务作为工具，营销中小企业客户的重要工具，可以给银行带来非常可观的结算流水)
- 九、委托贷款 ..... 153  
(虽然银行不承担委托贷款的资金风险，但是仍应当做好尽职的贷前审查工作以及完备的贷后管理工作，如同自营贷款一样，做到“受人之托、尽责尽职”，不辜负委托人的信任)
- 十、工程机械车按揭贷款 ..... 159  
(银行拓展工程机械车按揭贷款业务应当直接接触企业的销售部门，先攻下企业销售部门，财务部门便会不攻自破。工程机械车按揭贷款业务发展潜力很可能超过房地产按揭贷款)
- 十一、客车按揭贷款 ..... 167  
(客车按揭贷款营销的目标客户可以定位在资信较好、现金流稳定、有购置固定资产需要，但又不愿意一次性将资金全部投入到固定资产中的客户)
- 十二、出口信贷 ..... 172  
(开拓出口信贷业务目的绝不应当是单一融资，而应是出口信贷可以带动庞大的结汇、贸易融资、银行保函、信用证等综合国际业务产品)
- 十三、集团统一授信 ..... 177  
(集团统一授信是银行对集团客户进行整体风险承担能力的评估，从整体上把握集团客户的履约能力，在总授信额度内操作子公司的具体授信业务，可最大限度地控制集团客户的授信风险)
- 十四、订单融资 ..... 186  
(银行通过订单融资给中小型企业提供融资，借助特大型核心企业的商务履约控制对中小型企业的融资风险，这种融资方式远远强于提供流动资金贷款)
- 十五、鉴证贷款 ..... 194  
(银行基于对核心客户的信任，为其供应商提供融资，商品周转、产销过程完成后，贷款自然从销售收入中产生的现金流中获得偿

还。银行可以从特大型核心客户供应商入手，寻找目标客户)

第三节 中长期贷款品种 .....	197
一、固定资产贷款 .....	197
[应当紧紧把握国家宏观产业政策，国家政策支持的行业、产业往往会顺利得到政府部门（如项目配套所需水、电、气、热、土地等）的大力支持，只有项目需要的除资金以外的其他条件都会得到顺利满足的时候，银行的信贷资金才会真正安全]	
二、项目临时周转贷款 .....	207
（银行通过给项目的业主方提供临时周转贷款，帮助客户启动项目，可以捆绑销售银行的固定资产贷款等产品）	
三、项目融资 .....	210
（做项目融资必须看“出身”，项目公司股东方必须是非常有实力的大型企业，且项目本身属于基础设施、大型能源等项目，具有一定的垄断性，经营前景看好）	
四、银团贷款 .....	215
（商业银行典型的“抱团取暖”行为，经营前景过于不确定的大型项目，一家银行不宜单兵突进。大家抱团，不但可以提高谈判的筹码，而且一旦出现风险，可以银团方式共同进退）	
五、行内银团贷款 .....	222
（是为了发挥银行统一法人的优势，满足大型公司客户跨地区融资需求）	
六、房地产开发贷款 .....	228
（应重点支持具有良好开发业绩、实力雄厚、管理规范的大型优质房地产开发企业，拓展个人住房贷款业务，同时，注意交叉销售与住房金融业务相关的其他业务）	
七、土地储备贷款 .....	236
（银行给土地储备机构提供的专项贷款，可以密切与当地政府的关系，争取大额的土地出让金存款）	
八、商用房开发贷款 .....	240
（银行给商业地产开发商提供的专项贷款，可以为银行争取后来的商业地产按揭贷款等品种提供机会）	



- 九、法人商用房按揭贷款 ..... 243  
(此项业务不但风险可控,而且还可以通过按揭贷款,锁定企业的销售资金回流)
- 十、并购贷款 ..... 246  
(银行通过提供并购贷款,满足客户并购资产以及对新客户的股权投资,是银行营销高端客户的重要工具)
- 十一、中外合资、合作经营企业中方投资人新增资本贷款 ..... 250  
(银行给中外合资、合作经营企业中方投资人新增资本贷款,可以密切与外资企业的关系,争取外汇资本金账户)
- 十二、商圈担保融资 ..... 254  
(商圈是重要的渠道类客户,商圈内有大量同类经营模式的客户,银行可以提供模式化的授信方案,批量营销商圈内的企业)
- 十三、商铺经营权质押融资 ..... 256  
(商铺经营权是非常有价值的资源,银行通过提供商铺经营权质押融资,可以帮助中小撒谎商户盘活现有的商铺资源)
- 十四、土地储备机构贷款 ..... 259  
(银行对土地储备机构提供的定向用途贷款,帮助其收购整理土地)
- 十五、高校学生公寓贷款 ..... 263  
(银行对高校提供学生公寓贷款,可以帮助高校扩大学校的建设规模,可以给银行带来非常可观的学生银行卡、网银等销售)
- 十六、信贷证明业务 ..... 270  
(银行通过提供信贷证明业务,可以帮助施工企业承揽工程,信贷证明业务一般和投标保函、固定资产贷款等产品捆绑销售)
- 十七、项目贷款承诺函 ..... 275  
(银行对项目业主方提供的贷款承诺,可以帮助项目的业主方争取获得国家有关部门对项目的审批,银行可以后续营销项目贷款等)
- 十八、资信证明 ..... 281  
(银行通过提供资信证明业务,可以帮助施工企业承揽工程,信贷证明业务一般和投标保函、固定资产贷款等产品捆绑销售)
- 十九、工业标准厂房按揭贷款 ..... 284

	(银行通过提供工业标准厂房按揭贷款,可以帮助中小制造类企业购买自有产权的厂房,后续银行可以营销流动资金贷款等)	
二十、	土地增减挂钩项目贷款	287
	(银行帮助地方政府收购农村土地,银行可以提供巨额的项目贷款,可以营销可观的储蓄存款)	
二十一、	经营性物业抵押贷款	292
	(银行通过提供经营性物业抵押贷款业务,可以帮助持有固定资产的客户延长贷款还款期限,降低资金压力)	
二十二、	经济适用住房开发贷款	301
	(银行通过提供经济适用房开发贷款业务,可以密切与地方政府的关系,获得可观的经济适用按揭贷款资源)	
二十三、	项目资本金搭桥贷款	304
	(仅适用于政府投资的公用事业项目,可以缓解各地政府的资本金不足问题)	
二十四、	安慰函项下贷款	306
	(银行给外资企业的贷款,以外资企业的控股母公司提供安慰函作为风险的缓释手段)	
二十五、	林权抵押贷款	309
	(银行通过林权抵押,提供给中小企业主用于森林的种植经营的贷款)	
二十六、	门票收费权质押贷款	314
	(银行营销公园、风景名胜的重要贷款方式,帮助客户更新旅游景点设施,可以给银行贡献可观的客户数量)	
二十七、	商标权质押融资	316
	(中小企业以自身持有的商标权作为质押,必须清楚,一旦中小企业经营失败,商标的价值一定会大幅贬值)	
二十八、	BT 贷款	318
	(银行通过提供 BT 贷款业务,可以帮助地方政府缓解投资政府设施的资金短缺问题,银行以政府的回购作为风险控制手段)	
二十九、	影视制作贷款	324
	(银行给影视制作企业提供的贷款,帮助影视制作企业解决资金	





	短缺问题，以影视剧的票房收入或卖片收入作为风险控制手段)	
三十、中小企业联保贷款	· · · · · ·	326
	(中小企业通过联保方式，抱团取暖获得银行的融资，必须认真分析每个中小企业的经营规律，控制风险)	
三十一、经营性船舶抵押贷款	· · · · · ·	336
	(银行为航运经营企业提供的流动资金贷款，满足客户的经营周转需要)	
三十二、在建船舶抵押贷款	· · · · · ·	338
	(银行为造船企业提供的，以正在建造中的船舶作为抵押的贷款，可以满足中小造船企业的资金短缺问题)	
三十三、出租车运营权质押贷款	· · · · · ·	342
	(出租车经营企业以持有的出租车运营牌照作为质押，银行提供流动资金贷款业务)	
三十四、中小企业抵押贷款	· · · · · ·	353
	(银行通过提供中小企业自有的房产抵押或企业主个人的房产抵押，可以帮助中小企业快速获得资金融通)	
三十五、小企业法人账户透支业务	· · · · · ·	360
	(银行提供中小企业的法人账户透支业务，可以帮助银行吸收非常可观的结算存款)	
三十六、贷款承诺	· · · · · ·	362
	(银行提供给政府背景客户、项目业主方客户的承诺，可以帮助客户获得国家有权部门的项目审批，并为销售项目贷款提供机会)	
三十七、担保公司担保贷款	· · · · · ·	366
	(银行通过提供担保公司担保贷款业务，可以帮助中小企业快速获得银行的融资，这种方式属于较高成本的融资方式)	
<b>第三章 保函</b>	· · · · · ·	<b>371</b>
<b>第一节 保函基础知识</b>	· · · · · ·	<b>373</b>
一、保函的基本概念	· · · · · ·	373
	(具有担保性质的书面承诺文件)	
二、保函的种类	· · · · · ·	373