

# 《公司业务投行化和中小微企业金融服务》

——汪含老师主讲

**【课程对象】**：银行公司部负责人、对公客户经理、产品经理、中小企业部经理

**【课程时间】**：浓缩版 1 天

**【课程大纲】**：

(领导指示发言:强调学习的意义和纪律)

**头脑风暴：您碰到哪些关于新的金融脱媒背景下业务营销服务的疑惑和难点？每人提一个问题，老师将这些问题作为案例在整个课程中巧妙地穿插、分析、演练，解决学员实际难题。**

## 课程内容

### 第一部分 需求篇——中国经济进入新阶段与金融脱媒

#### 一、金融营销理念

- 1、金融业的竞争环境和金融格局的改变
- 2、互联网金融的界定及主要模式
  - A、互联网金融的界定及主体类型分析
  - B、互联网金融的典型模式分析

分析：宜信模式分析

融 360 模式分析

P2P（众筹）模式分析

- 3、银行经营模式的 4 大转变
- 4、因您而变----三维度调整

#### 二、利率市场化与金融机构转型

- 1、渠道脱媒 - 催生银行产品创新
- 2、客户需求催生银行产品创新 - 客户需求是银行产品与服务创新的核心驱动力
- 3、业务策略

#### 三、投行业务的传统模式和变局

##### 1、全面金融解决方案

## 2、围绕政府机构的投资银行业务体系

政府项目融资解决方案思路 1-中期票据

政府项目融资解决方案思路 2—金融租赁

政府项目融资解决方案思路 3—并购贷款

政府项目融资解决方案思路 4—产业基金

政府项目融资解决方案思路 5—股权理财产品

政府项目融资解决方案思路 6—信贷理财

案例分析：

安徽怀宁保障房项目资产管理计划（委贷）

芜湖大桥融资租赁项目

## 3、围绕大型企业的投资银行业务体系

境内外 IPO

债券承销，包括短融、中票、境外发债等。

信托理财产品

资产证券化（未来可带来稳定现金流的项目、应收帐款、收益权等）

财务顾问服务

境内外买壳上市

直接投资，协助引入战略投资者和私募股权投资

产业基金管理

案例分析：

上海 8 1 8 广场项目结构性融资产品

## 4、围绕中小企业成长生命周期的投资银行业务体系

种子期企业

    初创期企业

    成长期企业

    成熟期企业

重点推荐产品：

引入私募股权投资

中小企业板及创业板上市

✓ 股权投资类理财产品

✓ 产业基金投资

✓ 中小企业特色贷款

企业在引入战略投资者和 IPO 中需要注意什么

中小企业在成长过程中需要选择合适的投融资顾问

5、围绕个人客户的投资银行业务体系

五大门类

- 信贷类（基于信托贷款、票据资产和应收账款）
- 资本市场类（新股申购、PE 投资,股票及基金投资,基础设施股权类）
- 结构性组合类（固定收益+投资期权）
- 资产组合类（信贷+债务+票据+货币市场基金）
- 另类投资（红酒、黄金等）

第二部分 求变篇——金融脱媒倒逼银行业实施开放创新

一、银行投行业务的 6 种典型模式及其操作要点

- 1、模式一：抽屉协议暗保模式
- 2、模式二：三方协议模式
- 3、模式三：两方协议模式
- 4、模式四：假丙方三方模式
- 5、模式五：配资模式
- 6、模式六：存单质押三方模式

二、银行投行资产的期限错配模式解析

- 1、票据过桥模式——案例：吉林分行“投融通”票据融资
- 2、委托贷款模式——案例：XX 行联动创新“质融联贷”复合型投融通案例
- 3、同业资产大扩张和期限错配是“钱荒”基础

三、机构合作模式下存款业务分析

1、银保合作存款业务模式

- ✚ 代理销售保险
- ✚ 代理收取保险费和支付保险金业务
- ✚ 银保合作典型产品分析

2、银证合作存款业务模式

### 3、银租合作存款业务模式

案例：金融租赁公司合作

### 4、银银合作存款业务模式

### 5、银政合作存款业务模式

“银财通”合作模式分析

“银关通”合作模式分析

案例——XX 银行财政存款方案分析

## 第三部分 针对篇——中小微金融金融服务创新

### 一、中小企业的需求特性

#### 1、适合中小企业需要的融资等产品组合

案例：湖南农信社的讨债之路

浙江余姚的道德银行

民生银行中小企业营销经验的借鉴

#### 2、渠道脱媒 - 催生银行产品创新

#### 3、客户需求催生银行产品创新 - 客户需求是银行产品与服务创新的核心驱动力

### 二、精确市场定位 - 目标客户识别与需求分析

- 目标客户三要素
- 目标至上——客户梳理与分析
- 火眼金睛——客户的分类与识别
- 批量开发策略

思路一：政府与机构渠道

思路二：商业渠道

思路三：开发园区与科技园区

思路四：商品交易市场

思路五：产业链金融

思路六：县域产业集群

思路七：当地优势与特色行业

#### 特定客户群开发策略

- 中银集采通宝-面向政府采购供应商
- 置业通—满足中小企业生产经营性房产购置需求

- 饕餮通达-餐饮企业专享金融服务
- 旅游路路通-为旅游相关行业企业铺垫便捷通畅的融资之路

#### 第四部分：联动篇——公司交叉销售提升营销效果

##### 壹、 联动营销管理

###### 1、团队协作，联动营销

(网点岗位构成及明确岗位职责)

(联动滞后的网点会遇到的问题)

技巧运用，提升效能

(成功案例借鉴----某银行联动营销视频)

(成功案例借鉴----某银行的联动考核机制)

培养习惯，形成氛围

(拟定网点和营销人员营销目标及计划)

(厅堂的布局与营销产品陈列)

(建立网点成功的营销文化)

###### 2、周会总结

高效周会流程介绍

鼓舞士气----高效周会激励技巧

##### 贰、 公私联动案例分享

###### 1、个贷营销能力提升公私联动效果

个贷业务营销要点

开展个贷业务营销要遵循的原则

- ✚ 明确市场细分，选准目标客户群
- ✚ 大力发展重点个贷产品
- ✚ 开展交叉销售，凸显综合效益

一手房的营销策略

- ✚ 对开发商和楼盘营销代理公司的营销
- ✚ 对售楼先生/小姐的二次营销

二手房贷款的目标寻找和营销策略

- 案例分享：

成功案例：XX 银行XX 分行成功营销“上海国际花都”项目“房地产开发贷款与按揭贷款封

闭运作”的模式，实现了公私业务“双丰收”。

## 2、服务三农产生业务机会

案例：甘棠农行新农合交叉营销方案

## 3、新产品金融 IC 卡产生业务联动机会

案例：华为园区卡

银医卡

物业卡

## 4、利用产业链金融进行综合营销

案例：合家福百货连锁超市供应商案例带动交叉销售

## 5、商户批量营销产生的机会

案例：郑州百脑汇综合服务方案

## 6、事业法人客户综合需求引发销售机会

案例：政府批量采购引发的交叉销售机会

## 7、投行产品带动公私联动

案例：定向增发产生业务机会

### 授课方式

集中授课为主、小组讨论，小组演练，案例分析。