

# 课程名称：《新时代政府客户服务和上市公司业务拓展》

主讲：郎静树老师 12 课时

## 课程大纲/要点：

### 第一单元 监管新规下的政府类客户金融服务

课程导入：守住不发生系统性风险底线是新时代金融工作的重中之重，而严控

政府及其融资平台的债务风险无疑是当下政府和金融机构风控工作的核心抓手。

如何既服务好政府客户，又严控政府的债务风险，顺利实现去杠杆目标，这是

本课程力求达到的目标。

### 第一章 政府融资监管及服务购买应对

#### 一、财预（2017）50 号文解读

六点核心内容

#### 二、财预（2017）87 号文解读

1. 关于政府及融资平台负债的负面清单细化

2. 政府融资七大不准

#### 三、财预（2017）62 号文、89 号文和 97 号文解读

政府负债只能通过发行债券解决政府专项资金需求

1. 地方政府收费公路专项债券（97 号文）

2. 市政项目收益债（89号文）

3. 土地储备专项债券（62号文）

4. 债券及债券成效服务

#### 四、政府购买服务操作流程（流程图及相关规定）

1. 政府购买服务的程序（图解分析）

2. 高现金流的政府购买服务

3. 政府购买服务：棚改

4. 棚改服务购买业务流程

#### 五、PPP项目的管理文件解读

1. 财金（2017）92号文解读，严禁伪PPP

2. PPP项目的前世今生（项目的识别论证）

3. 银行如何做好PPP项目融资和资产证券化

### 第二章 资管业务的指导意见解读

一、 资管业务指导意见的七点核心内容

二、 资产管理业务的合格主体

七大合格的资产管理业务经营者

三、 《指导意见》对银行经营的影响

#### 四、《指导意见》对银行资产配置的影响

#### 五、资管产品系列

### 第三章 监管新规下银行如何做好政府服务

一、产业基金是政府投资资本的重要来源，通过各类产业基金出资不仅可以提升银行经营效益，更能实现源头营销的领先优势

案例：产业发展基金助政府产业结构调整升级

二、政府专项债券承销是解决政府建设资金来源的有效手段，可以密切与政府职能部门和地方国资委的合作关系

案例：平台转型进程中的融资解决方案

三、以多种方式积极营销 PPP 项目是获取优质长效资产的竞争焦点。

案例：某铁路交通枢纽项目

案例：PPP 项目的资产证券化

四、资产证券化服务是监管新规下服务政府及国资集团的有效手段

案例解析集锦

案例：固定收益类

案例：非固定收益类

案例：如何盘活政府及国资集团的资产

## 第四章 政府客户的负债业务营销

1、信息、人脉是找到金库宝藏的金钥匙。

案例：某股份制银行营销海投集团

2、整体服务能力是银行营销源头性业务的前提

案例：建行某支行营销当地社保集中收支业务

3、增值、保值服务是竞争赢得主动的必杀技。

案例：某股份制银行 HZ 分行竞标省铁路投资公司存款及代客理财业务

4、想在客户前面，是服务领先的有效手段。

案例：建行某市分行省政府代发工资招标

5、把握政府专项基金的流向，争取专项资金的全程沉淀

案例：财政扶贫专项资金的营销

## 第二单元 新时代上市公司业务拓展

**课程开发背景：**党的十九大开启了中国改革建设和经济金融的新时代：中国经

济已由高速增长阶段转向高质量发展阶段，正处在转变发展方式、优化经济结

构、转换增长动力的攻关期。商业银行公司业务营销如何有效地在供给侧改革

中实现去杠杆，轻资产化经营 在新时代突围发展，取得良好的效益，提升价值

创造和风险经营能力，并进而全方位提升发展能力，这是我们开发《**新时代上市公司业务拓展**》的思维起点。本课程由商业银行对公业务专家团队结合 20 余年业务经验共同研发，并结合自己近年来的营销管理心得和业务拓展业绩定制开发。所有案例全部来自于银行营销管理和客户拓展的实际工作，具有高度的可复制性和可操作性！

## 第一章 上市前营销是营销上市公司的最佳时机

- 1、客户的忠诚来自于对银行服务满意度提升
- 2、培育忠诚客户的五大措施
- 3、上市前营销的最佳时机把握
- 4、企业生命周期与融资方式的匹配策略
- 5、科技小巨人成长型金融服务方案

小结：上市前营销是营销上市公司的最佳时机，也是培育忠诚客户的最有效手段。

## 第二章 上市公司生态圈的链式营销

### 一、企业交易与现金流逻辑模型

延伸：商业交易的逻辑：三流合一

案例：汽车产业的上游供应商链和下游服务链

## 二、上市公司生态圈的交易链分析

案例：小米生态圈、华为生态圈

案例：传化智联的物流供应链

## 三、互联网是链式营销的技术基础

社区商业的 5C 法则

## 四、链式营销的金融产品组合

### 1. 融资和托收承付的需求源于交易支付

交易：让企业产生现金流，让银行增存

金融服务：改变实体产业的现金流分布并增加现金流速

### 2. 做好现金流封闭管理的措施和提速现金流的产品组合

案例：从结算到融资到资金归集的交易银行产品组合

案例：现金管理系统，让银行成为产业链现金流的驿站

## 五、搭建好服务交易的金融生态平台

### 1. 基于交易的产业链风险管理：数据质押式担保

### 2. 创建一站式多功能的服务场景

### 3. 拓展财资管理业务：让银行成为产业链交易的资金驿站

案例：集团公司资财管理服务方案

## 六、供应链金融的迭代及营销成效

1. 供应链金融服务给上市公司和产业链带来的利益

2. 供应链金融 1.0 版：1+N 为核心的线下供应链金融服务

案例：某物产集团的线下供应链

3. 供应链金融 2.0 版：线上线下融合的供应链金融服务

案例：从线下到线上的供应链服务，某银行营销全球 500 强公司

4. 供应链金融 3.0 版：基于交易银行产品组合的线上供应链服务

案例：建设银行善付通：基于供应链服务的公私客户一体化支付系统

5. 供应链金融 4.0 版：投商行一体化金融服务

案例：招行 C+ 智慧票据池

## 第三章 重组并购金融服务解决上市公司的发展瓶颈（全案例）

1. 新时代，中国投资经济从下围棋转变为下象棋

2. 并购金融服务，新时代的大蛋糕

3. 银行：并购财务顾问+并购融资

4. 并购贷款的操作流程

5. 并购债券融资方案

6. 并购后债务结构优化债券服务方案

7. 并购基金服务方案

#### 第四章 资产证券化金融服务

一、什么类型的资产可以证券化？

二、银行能为资产证券化做什么？

三、资产支持票据案例分析

四、构建泛市值管理综合生态圈

1. 泛市值管理类业务的交易对接

2. 上市公司泛市值管理业务指引图

3. 上市公司股权收益权的交易结构

五、上市公司服务的跨界产品

1. 可转债

2. 可交换债券

六、资产证券化监管与协作金融

1、同业协作的边界：同业监管规定

2、泛市值管理的业务边界

3、协作共赢：三个和尚掘井喝

延伸：银行与哪些金融同业协作？

课程回顾总结：