

# 公司业务分层营销与变局之核心客户我们的供应链

## —— 汪含老师主讲

**【课程对象】**：银行公司部负责人、对公客户经理、风险经理

**【课程时间】**：实战版 1 天

**【课程大纲】**：

### 一、供应链金融的概念

- 1、供应链金融的生存空间：四个利差
- 2、供应链金融的收益点
- 3、交易银行中的链式原理

交易银行业务主要包括现金管理（含收付结算）、贸易融资（含供应链融资）两大类业务。

- **（一）发现新的营销机会：客户的资金流必然是链式流动的**
- **（二）发现新的风控手段：ERP 系统实时把握企业动态**
  - 1、从企业报表中发现商机
  - 2、某大型制造企业整体开发案例
  - 3、某超市供应商批量开发案例
  - 4、某小家电制造商批量开发案例
  - 5、某商贸集团公司链式营销案例

### 二、央行发布修订后的《应收账款质押登记办法》深层次解读业务机会

#### (1) 此次新规的主要修订内容

- ✚ 基建项目收益权可质押！
- ✚ 应收账款转让登记：参照质押登记办理
- ✚ 登记期限：从“1-5 年”扩展为“0.5-30 年”
- ✚ 完善应收账款定义

#### (2) 明确基础设施和公共事业等项目收益权可质押意味着什么？

#### (3) 银政项目、PPP、政府购买服务等政信业务的业务新机遇

- (4) 登记期限延长和应收账款可以转让
- (5) 新模式--中登网+北京所应收账款债权融资业务
- (6) 股权收益权、出口退税等特定资产收益权是否属于应收账款的范围？
- (7) 应收帐款质押中的细节操作（收益权与收费权、受益权的比较）

### 三、商业银行模式对比及优势

广发银行：围绕现金管理为重心进行组织架构的整合

中信银行：以供应链金融为核心构建对公业务新模式

民生银行：以贸易金融和供应链金融为核心成立交易银行

交通银行：将交易银行产品扩展至金融市场同业交易市场

招商银行的网银新“U”势

浙商银行物联网应收款链平台

徽商银行-场景赋能区块链新技术（一个平台 四大渠道 六个体系 十项方案）

平安银行的“橙E网”

### 四、精确市场定位 - 目标客户识别与需求分析

#### 1、目标客户三要素

#### 2、目标客户定位

- 聚焦消费性行业，重点营销以国内需求拉动、弱经济周期、与衣食住行密切相关的消费性行业（医药、3C电子、贸易商等行业）
- 应遵循的客户选择标准

#### 3、目标客户群以“一圈一链一区”为主——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

#### 4、火眼金睛——客户的分类与识别

大宗商品、行业或区域龙头、行业信息化服务商、电商平台、专业市场等五大领域是供应链金融的沃土。

评价供应链质量的五维模型：大产业、弱上下游、强控制力、低成本与高杠

## 杆、标准化

案例分析：票据资产证券化

案例分析：美菱电器保兑仓业务

案例分析：德力西公司现金管理平台业务

案例分析：融资票据化财务顾问案例

如何制造供应链融资的切入点- 江苏省 XX 市“加工贸易企业风险资金池”助企业解困

---

## 六、贸易金融金融的五大增值链

- 五大增值链——预付帐款融资--**宝洁销售商案例**
- 五大增值链——应收帐款融资
- 五大增值链——组合创新融资模式--**法人账户透支带来的资金**

### 案例

- 五大增值链——**物流服务融资**
- 五大增值链——电子服务增值链--**银彩通三级升级案例**

## 七、如何去做行业分析

- 1、不同企业特征分析
- 2、如何进行信息搜集
- 3、企业生命周期分析
- 4、物流仓储分析要点

### 案例：冷链物流

物流供应链的“4R”——快速反应（Responsiveness）、可靠性（reliability）、弹性（Resilience）和相互关系（Relationships）。

## 八、整体风险点的把握-关键点控制

- 风险点在哪儿——物流
- 风险点在哪儿——现金流
- 内外勾结的仓储
- 中行融信达案例出现重大风险的原因
- 人情业务造成的隐患