

《监管新规下银行公司金融转型和客户细分管理》

——汪含老师【2天】

【课程对象】：高层管理者

【课程时间】：浓缩版就请选择性讲授，可以为一天

【师资介绍】：汪含老师，金融统计学硕士，注册会计师、国际金融理财师、企业培训师。25年银行营销实战经验、12年的银行经营管理经验、7年投资银行管理经验、总行级内训师，针对银行、证券、保险等服务营销行业六年的培训经验。

历任中资银行行长、公司业务部总经理、财富中心总经理、总行产品开发处长、投资银行资产管理部、企业融资部总经理。目前任职双A级券商企业融资部董事总经理，同时兼任国有行投资决策委员会高级顾问。

第一章、系列监管文件解读和未来发展方向分析

一、商业银行资产管理业务监管趋势及最新监管要求

一) 2018年4月27号颁布的《关于规范金融机构资产管理业务的指导意见》（银发〔2018〕106号）的解读，预告了大资管统一监管的时代到来，

“指导意见”体现的四大监管趋势对机构业务影响深远：

(

二) 资管新规下商业银行业务转型与方向

1

、 资管新规带来的业务机遇

案

例：理财模式变迁—打破刚兑

2

、 资产证券化业务前景向好

3

、 股权投资转为投贷联动

案

例：产品端净值型化和资产端资管化发展成为理财转型的重头戏

4

、 非标投资压缩投资期限 关注资产周转率

5

、 解读 7 月 20 日央行资管新规细则

- 明确公募可投非标

- 过渡期安排更灵活
- 明晰过渡期内相关产品的估值方法
- 进一步明确过渡期的宏观审慎政策安排。

(三)、解读最新银保监会 7 月 20 日《银行理财业务监督管理办法征求意见稿》

第二章、公司业务分层营销与变局之战略客户我们的政信合作

新形势下，地方政府筹集路在何方？

金融机构如何开展政信类融资业务？

探索从基金模式拓展业务。

一、中央最新政策措施及宏观经济形势分析

1、“结构性去杠杆”提法的由来及最新变化情况。

2、宏观经济数据分析及预测。

3、货币政策与财政政策的微调引发城投公司关注的重点的变化情况

二、十九大、全国金融会议以及 87 号文和 50 号文政策要点

1、十九大对于政府投资、经济发展和地方财力培育的重大影响剖析

2、解读全国金融工作会议对金融和财政管理带来的决定性变化

50 号文、87 号文精解

三、2018年3月30日，“财金[2018]23号”文重磅推出	1
、融资平台公司授信受限	2
、PPP明股实债再收窄——禁止PPP资本金以明股实债等债务方式出资。	3
、要求核实融资主体经营现金流并实现全覆盖	4
、政策性金融机构与商业性金融机构监管政策趋于一致	5
、禁止通过签署一揽子协议等方式“捆绑”地方政府信用	

案

例：XX市土储案例

第三章、公司业务分层营销与变局之核心客户我们的供应链

一、央行2017年11月发布修订后的《应收账款质押登记办法》深层次解读

业务机会

二、商业银行模式对比及优势

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

三、供应链存贷双收的组合策略

- （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

、从企业报表中发现商机	1
、某大型制造企业整体开发案例	2
、某超市供应商批量开发案例	3
、某小家电制造商批量开发案例	4
、某商贸集团公司链式营销案例	5

第四章、公司业务分层营销与变局之基石客户我们的上市公司(可以选择性讲
授)

- （一）营销机会从何而来？
- （二）如何从公开信息、报表、报表附注中发现信息？
- （三）如何应对此类公司的投标式竞争策略？

大营销机会

案

例 1：根据公司重大项目公告营销案例

案

例 2：资产注入带来营销契机

案

例 3：银行撮合资产重组带来企业价值重估

案

例 4：保理、订单反向融资

案

例 5：买方信贷业务帮助客户扩大销售—九阳集团案例

案

例 6：降低企业财务费用成功获取企业—盐城燃气案例

第五章、公司业务分层营销与变局之基石客户我们的中小微（三小时至六小

时）

一、中小企业目标客户

提示内容：掌握中小企业条线授信对象及目标客户，熟悉主要目标客户群。

1、不同中小企业特征分析

2、企业生命周期分析

3、如何解决中小企业特点中存在的问题

4、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。
- 遵循“熟、小、好”的客户选择标准
- 企业目标客户群以“一圈一链一区”为主。

5、集群客户批量开发

二、中小企业目标客户群

提示内容：分析中小企业的主要目标客户群体，掌握重点支持营销的客户群体。

1、商圈客户群

商业街区营销途径与方法

品牌经销商营销途径

餐饮类企业营销途径

电影院线营销途径

行业协会（商会）营销方向

电商平台营销方向

2、供应链客户群

重点营销与核心企业合作持久稳定、关系良好，在产品和服务方面具有一定优势，与核心企业间依存度较高的客户。

3、园区客户群

园区营销途径与方法

科技型企业营销途径与方法

节能环保型企业营销途径与方法

三、细分市场规划与批量开发案例

细分市场规划与批量开发思路

思路一：政府与机构渠道

案例 1：XX 分行—政府采购项目案例

思路二：商业渠道

案例 2：XX 分行—再担保项目案例

思路三：开发园区与科技园区

案例 3：XX 分行——XX 高新技术园区

思路四：商品交易市场

案例 4：XX 分行——XX 小商品市场批量授信案例

思路五：产业链金融

案例 5——A 银行“全程物流”供应链案例

思路六：县域产业集群

案例 6：XX 分行——古镇 XX 行业开发规划案例

思路七：当地优势与特色行业

案例 7:XX 支行——XX 行业批量开发案例

五

、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