

上市公司综合服务和国有企业业务发展策略

——银行服务营销专家 汪含老师主讲

【课程对象】：银行客户经理、网点行长

【课程时间】：浓缩版 1 天

【课程大纲】：

商业银行传统金融模式受到冲击，正如比尔·盖茨所说：“传统银行如果不改变，就是 21 世纪快灭亡的恐龙。”

第一部分：金融行业服务营销——兵临城下

一、金融行业的竞争与变革

案例：华丽家族（日本银行业上世纪 70 年代的竞争）

案例：湖北省恩施州电力公司的员工 400 个人分 7 个亿引发银行的竞争

二、大客户对营销的意义

- (1) 大客户的标准
- (2) 大客户的类别
- (3) 大客户的市场地位

三、集团客户的识别与管理

- (1) 集体客户关联关系的识别
- (2) 集团客户的家谱管理
- (3) 集体客户的财务控制模式
- (4) 集团客户的授信原则
- (5) 集团客户的风险点

四、大型客户金融服务需求特点与产品配置

- (1) 大客户的金融需求分类
- (2) 大客户金融服务的机会分析与价值分析

案例：XX 金融在上市公司并购基金中选择权使用案例——民生银行

- (3) 针对大客户的产品组合设计原则

案例：XX 上市公司定增综合服务方案设计——泉州银行

- (4) “以客户为中心”的产品整合营销

案例：投融资案例详解——中国银行

第二部分：围绕上市公司的投资银行业务体系

一、知己知彼篇——摸清需求下的金融产品组合创新

1、目标客户需求分析

采购类客户需求分析

销售类客户需求分析

理财类客户需求分析

融资类客户需求分析

资金管理类客户需求分析

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

二、针对企业及股东资本市场类产品介绍

1、上市公司股票回购

2、股票质押收益权

3、阶段性员工持股份额过桥

4、上市公司定向增发、员工持股、高管增持

5、上市公司并购重组

2、上市公司股票质押业务模式与风险控制

股票质押式回购：业务特点

股票质押式回购：要点回顾

股票质押式回购：风险控制

案例详解

三、弄清概念不糊涂-----并购与售卖

1. 国家有关推进并购重组的政策

2. 各大银行有关并购贷款的政策发放

3. 并购中的金融机会

(1) 并购贷款

模式 母公司的担保支持

境内银行开立信用证

- 境外上市公司贷款
- 无追索权的并购融资
- (2)、并购基金
- 债权模式
- 股权模式
- 交易结构的设计

第三部分 国企合作的重点与要点

一、合作的业务种类

- 1、传统的信贷支持、负债业务
- 2、金融基础设施建设
- 3、社会信用体系建设
- 4、中间业务合作

二、合作业务开拓应坚持原则

- 1、对等原则
- 2、风险可控原则
- 3、避免为政绩工程买单原则
- 4、效益原则
- 5、期限与资金配比原则

四、当前国企客群经营重点

- 1、国企定位——政府“投”资平台
- 2、依托国企搭建智慧城市云平台：多模块、可落地、可复制

案例：山东省移动 CBS 项目

 安徽高速石化加油缴费新模式

 河南省电费项目接入案例

3、在积极财政政策下的地方债承接链条中的国企地位

 业主单位与项目公司

 案例：A 银行“点石成金”---水投贷款批量做

 施工单位

 案例：广西路桥综合金融方案

 EPC 模式

 案例：山东 S 市城市改造中的某国企华丽转身记

4、产业链金融与国企

 (1) 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：化工行业国际结算综合案例

案例分析：家电行业解决方案--杭州分行菜鸟物流+核心企业案例

(2) 区块链？--账户支付+场景金融+金融科技

- 案例：TCL 金单系统批量获客
- 线上银链贷案例—上游客户开发

(3)、发现新的风控手段：ERP 系统实时把握企业动态