

浅析中资银行对在华跨国公司的金融服务策略

徐敦鹏

(厦门大学金融系, 福建厦门, 361005)

摘要: 本文通过对在华跨国公司金融服务需求特点的分析, 结合中国区域经济发展情况, 中资银行经营业务范围的实际, 提出加强对跨国公司金融营销的策略和具体措施。

关键词: 跨国公司; 金融需求; 营销策略

中图分类号: F830.33 文献标识码: A 文章编号: 1009-3877(2005)01-53-2

从本质上看, 市场和客户是实现银行价值的惟一载体, 银行竞争实际上是对优质客户服务权的争夺, 要通过优质服务谋取最大利益, 就要站在帮助客户实现价值的高度, 深入理解服务内涵, 追求银行与客户的双赢。所以要认真研究跨国公司在华企业的金融需求特点, 以增进跨国公司业务的金融服务与客户需求的契合度。从跨国公司的运作和与银行的往来中可以看出跨国公司的金融需求特点:

(一) 全面的、一体化的服务需求

跨国公司希望在国内与银行建立全面的业务合作关系, 并希望银行提供全面本、外币金融服务, 服务范围从公司业务到个人业务, 从资产业务、负债业务到结算、理财等中介业务, 并要求商业银行从总行到分支行将跨国公司在全国各地的投资企业视为一体, 以统一的服务标准提供服务。

(二) 复杂多样的融资需求

在融资方式上, 跨国公司在华投资企业的的需求范围较广, 一般要求银行提供综合授信, 在融资期限和时效性方面, 要求银行提供长期的、可随时支用的贷款承诺; 在担保方式上, 除了备用信用证、外汇质押、固定资产抵押, 母公司担保或第三方担保等几种保证方式外, 往往要求银行接受应收账款抵押、动产抵押、质押贷款和安慰函等, 有的还要求信用贷款, 在价格方面, 要求银行提供优惠利率等。

(三) 创新的授信产品需求

(1) 全国统一授信: 出于管理集中, 降低交易成本和管理成本, 解决不同分支机构融资能力不同等方面考虑, 跨国公司在华企业希望得到全国统一授信, 即希望银行以跨国公司在国内的总分机构作为一个整体考虑其资金需要和授信

政策, 并向其中国总部提供授信额度, 其下属分支机构在额度内可以异地使用该授信额度。(2) 提供买方信贷或消费信贷: 买方信贷或消费信贷可以促进销售、降低坏账率、提高现金销售率, 一些生产高新技术产品的跨国公司在华投资企业对此有浓厚的兴趣。(3) 保理业务: 开办国际国内保理业务可以有效地解决很多企业所面临的应收账款问题, 有效改善其资产负债结构和相关财务比率, 降低成本, 提高理财效率。(4) 票据业务。

(四) 高效的资金管理要求

越来越多的跨国公司在华企业希望通过建立跨地区的内部资金结算网络, 来实现中国总部对各地子公司资金的统一调度, 提高资金周转速度, 降低财务成本, 并希望通过银行的电子银行服务实现实时查询、资金调拨、个性化报表和银行会计系统与客户会计系统实现对接等。许多零售跨国企业希望银行提供上门收款和零钞兑换等现金管理服务, 在国际结算方面, 要求银行的汇路和资金清算系统畅通、快捷。

(五) 迫切的债务管理和资产管理需求

跨国公司的在华企业对银行各项产品的价格非常敏感, 在防范汇率、利率风险方向, 跨国公司对外汇通知存款、双重货币存款, 货币互换, 远期外汇买卖等有助于规避风险和提高外汇资金收益的金融工具需求迫切。

(六) 银行科技支持和创新能力的要求

跨国公司对国外的银行业务品种比较熟悉, 所以一方面跨国公司的在华企业经常会提出一些国外银行采用的金融产品和服务, 而国内银行往往尚无现成的操作制度, 需要进行金融创新; 另一方面, 常常会提出相对国内银行目前科技

收稿日期: 2005-01-13

作者简介: 徐敦鹏, 厦门大学金融系博士研究生。

支持能力而言较为超前的金融需求,如许多跨国公司的地区或中国总部要求实时查询全资子公司的账户和资金往来情况,这要求银行迅速提高科技应用水平和新产品开发速度,以满足跨国公司客户的需求。

(七)综合的财务顾问服务需求

跨国公司在设立初期,往往需要了解掌握国家外汇管理政策、国内金融市场及政策、投资审批政策及项目投资配套设施等,需要银行提供政策咨询,对国内合作伙伴进行资信调查以及提供融资计划等前期财务顾问服务。在项目建设期间,跨国公司需要财务监理服务,以尽可能节约投资。在项目运作过程中,不仅需要银行提供对不同币种的债务进行汇率和利率的风险管理,还可能需要对产品买方进行资信调查等。

(八)个人银行业务需求

跨国公司在华企业为了吸引并挽留人才,保持员工队伍的稳定性,往往会制定一些福利补贴政策,尤其在解决雇员的住房政策方面,非常希望银行能够合作帮助实施这些福利政策。同时,跨国公司高级管理人员多为外籍人士,个人外汇服务方面的需求较高,如个人外汇卡、外币代发工资和个人结售汇等。

以上是在华跨国公司的金融需求特点,这些特点使得我们能够进一步明确中资银行与跨国公司打交道时如何来更好地开展营销服务工作,赢得客户,获取利润。

针对以上对跨国公司金融需求特点的分析,使得我们更清楚跨国公司需求什么,我们的营销目标、措施是什么。

(一)明确目标和任务

1.加快重点区域的全面营销。省会城市、长江三角洲及东部沿海、珠江三角洲及东南沿海和环渤海地区是我国经济发达地区,商业机会和发展机遇较多,也是跨国公司在华投资的集中区域。四类重点区域中的上海、天津、北京、大连、山东、宁波等地域要作为跨国公司营销的重点区域。

2.加大重点行业的营销力度。各行的开发区和新科技园区是跨国公司的业务重点行,要以此为突破口,采取多样化的营销手段,重点拓展开发区和园区的跨国公司客户。

3.选择切入时机和产品,加大新产品的营销力度。各行应该选准时机,主动了解跨国公司的金融需求,发掘与跨国公司合作的业务切入点。可以以住房基金业务,全国性结算网络,财务和投资顾问,项目评估,工程预决算等优势业务作为与客户接触的突破口,通过这些业务与国际企业建立联系,并逐步推进我行与跨国公司的全方位合作,也可利用社会经济热点的转换向客户介绍我行的新业务品种。

要大力推广现金池,法人账户透支,保理业务,经销商融

资,电子支付等新产品,如对集中管理的跨国公司在华企业营销现金池这一拳头产品,对单个外商投资企业要推广电子支付手段等。

4.对不同发展阶段的跨国公司采取不同的营销策略。对处于试探渗透阶段的跨国公司,应及早抓住跨国公司的投资信息,并重点营销信息咨询,协助审批和项目评估等到财务顾问业务,以及办理开户、设计金融服务方案和宣传介绍等工作。对进入正常运营阶段的跨国公司,可在全面评价其资信的基础上,重点营销贷款、结算服务,对已经成熟获利的跨国公司,应根据其较为强烈的资金管理和增值需求及员工福利安排等方面的要求,重点营销我行的管理财务顾问、住房基金、个人综合贷款等产品。

(二)开辟多种营销渠道

1.直接营销。要密切关注跨国公司收购上市公司法人股和国有股动向,积极开展营销工作。

2.通过政府部门和行业主管部门营销。要与政府部门和行业主管部门建立密切的合作关系,及时收集、整理政府部门和行业主管部门有关跨国公司在华投资项目和投资政策的信息,积极寻找客源。

3.通过地区间的推荐进行营销。向兄弟地区推荐客户,实现客户资源和信息的共享。

4.通过存量客户的推荐进行营销。要不断完善和巩固与现有外资企业的合作关系,力争通过他们的宣传渠道,推荐获得更多的客户资源。同时,要充分发挥传统业务优势,因为各行业中资大型企业是我行客户的重中之重,也是跨国公司来华投资首选的合作对象,从这些企业合资信息中,可以很快掌握到跨国公司的投资信息,为组织营销创造先机。

5.与外资银行联合营销。因服务网点少,人民币业务限制等因素,同时为了向跨国公司提供较全面的服务品种,外资银行愿意将一些跨国公司客户和业务推荐给国内银行,或者与国内银行就跨国公司的金融需求联合提供服务方案。各行要充分利用人民币全面开放前的时间差,积极开展与外资银行的合作,在合作中要采取超越对手而不是打败对手的竞争方式,寻求双赢,争取获得更多的客户资源和市场份额。

参考文献:

- [1]卢泰宏《跨国公司行销中国》贵州人民出版社 2002.1
- [2]邵晨《国际企业管理导论》厦门大学出版社 1999.9
- [3]戚世忠《国际贸易结算》浙江大学出版社 1994.12
- [4]张亦春《货币银行学》厦门大学出版社 1995.7
- [5]孟林明、林志扬《市场营销学》江西人民出版社 1995.3
- [6]有关网站外经贸信息