

國內應收帳款承購業務 (Factoring)介紹

華銀審查部 王建忠

前言：

目前國內買賣雙方的交易除了少數產品外，中大型企業為節省開票作業成本及方便內部控制，大多為到期後以匯款方式進行，賣方不僅已喪失客票融資工具，而且資金凍結在應收帳款上，尤其是買方再拉長付款期限後，賣方會產生無法掌握市場機會及陷入企業經營困境等風險。國內買方以匯款方式來支付應付帳款已超越票據，所以本行擔任應收帳款承購商（Factor）來提供應收帳款承購服務，對中大型企業之零件供應商會有很大的助益。是故，因交易型態改變，銀行以掌握賣方之債權來代替應收票據，俾便掌握還款來源、確保債權，導致近年來國內金融機構積極推動應收帳款承購業務（Factoring）。

本文目的僅簡單介紹有關Factoring之內容，並不說明其他有爭議之部分(如有關Factoring之明確定義、業務範圍界定、法律上之契約類型係屬擔保或買賣等)，俾使讀者對Factoring有粗淺之概念。

一、歷史演進：

Factoring，從代理人(受他人之信託占有貨物，並以自己名義出售貨物，業務內容包括尋找買主、商品買賣、收款、記帳、承擔買方信用風險等)到應收帳款承購商(以折價方式買入應收帳款債權)，在歷史的發展上，其實是隨著資本主義發達而逐漸演進的商業制度。

有關Factoring之背景簡單說明如下：

(一)、起源追溯：

1. 溯及距今5000年前Elam地方(今伊拉克)，當時賣方可以取得保證人對於買方支付能力及義務之保證，而此保證人同時也以自己的名義為本人銷售其商品。

2. 考古發現5000年前巴比倫(Babylonian)時代之楔行文字石版記載，巴比倫的商人已經將他們出售商品的債權讓與提供融資予他們之人。
3. 羅馬帝國時代，富有的元老院議員與貴族將財產及其出產品諸如穀物、羊毛及油脂的管理權交託給以取得管理報酬為業的代理人，而此種代理人即稱為Factor。有時Factor也負有尋找上述產物買主的責任，這也意味著Factor的任務伴隨著長途的海外旅行，因此Factor大部分都會預先給付一定之款項給委託人。

(二)、行為確認：

Biscoe(1975)則認為，應收帳款承購最早應可溯源自1066年諾曼征服時代(Norman Conquest)英國最著名之毛織纖維工業。在此期間，Factor以自己之名義將所委賣的毛織品在市場上銷售，而不彰顯製造業者或供應商等委託人之姓名，銷售帳務之控管及催收貨款皆由Factor負責，甚而需替買主向委託人擔保債務或預付貨款。

(三)、業務興起：

1. 16-17世紀所謂的代理業務(factorage system)幾乎已遍及全歐洲。
2. 17-18世紀，荷蘭人對於世界商業及生產提供絕大部分的融資，如孟德斯鳩(Montesquieu)與伏爾泰(Voltaire)於著作中所描述的，荷蘭人乃是當時全世界的Factor(Factor of the whole world)。

(四)、北美開拓年代：

約於北美洲新大陸開拓年代，英國清教徒欲前往北美開墾但缺乏資金，英國商人Thomas Weston(an iron merchant)以預設帳戶並預付帳款之方式給與資金，清教徒從北美開墾所得原物料送往倫敦銷售之應收帳款則充當擔保品。此時Factor所提供之服務包括：

1. 市場行銷(marketing)
2. 倉儲與配銷(storage and distribution)
3. 行政管理(administration)
4. 收款(collection)
5. 承擔買方信用風險(protection against bad debt)
6. 資金融通(finance)

(五)、業務轉型：

二十世紀初，Factor原本為商品代理商，在市場上以自己之名義扮演著銷貨、收款、催款、記帳、擔保買方信用及預付貨款等全程角色。隨著交通之便

利，買賣雙方已能直接交易，因此委託人與Factor交易型態逐漸改變。買賣雙方雖可直接交易，但賣方發現其仍無法掌握買方之信用狀況，收款方面亦有其難處，因此Factor利用過去所積蓄的信用交易方面之專才與資本，專心於徵信、審查、融資等專門性業務之發展。

簡言之，隨著時代的變遷，Factor由全功能的代理商轉變為單純的信用機構，不再牽涉貨物之處理，僅就應收帳款債權提供相關之服務。

二、國內應收帳款承購之定義

國際應收帳款承購公約(the Convention on International Factoring)1988年私法統一國際協會UNIDROIT Convention on International Factoring (Ottawa,28 May 1988)渥太華會議定義國際應收帳款承購公約：公約第一條第二款、第三款商品(勞務)供應商將依買賣合約所產生之應收帳款所有權轉讓予應收帳款承購商(Factor)，但不包括私人與家計部門購買所產生之應收帳款債權。在賣方將債權移轉給Factor之事實發生，並且已通知債務人為前提下，Factor提供至少下列兩項服務，則為Factoring：

1. 針對轉讓之銷貨債權提供資金。
2. 應收帳款之帳務管理。
3. 應收帳款之催款收帳服務。
4. 承擔買方信用風險。

我國國內應收帳款承購業務方面因主管機關、銀行公會等相關單位尚未訂定統一操作規範，因此一般比照上述國際應收帳款公約之定義。

三、國內應收帳款承購業務之種類：

(一)、有追索權(With Recourse Factoring)應收帳款承購：

Factor承購賣方之應收帳款債權後，若買方因財務因素到期無法付款時，不論任何原因，Factor可要求賣方買回債權，並償還預支價金本息。

(二)、無追索權(Without Recourse Factoring)應收帳款承購：

Factor買斷賣方應收帳款債權，於買賣雙方無商業糾紛情況下，承擔買方信用風險。

四、本行開辦國內應收帳款承購業務之目的：

本行辦理客票融資貸款約四十年，但最近三年大幅下降約37%，正顯示出國內中大型企業已逐漸於到期以匯款支付貨款之方式，由本行應收客票貸款金額大幅下降便可知其供應商因而缺乏融資工具，因而陷入缺乏營運週轉金之苦。

本行應收客票貸款88/3/30、91/10/31當日之授信餘額

放款型態	授信種類	88/3/30 金額	91/10/31 金額	增減金額	增減比率(%)
1107	墊付國內票款週轉金貸款	4,532	2,465	-2,067	-45
1108	保管客票週轉金貸款	11,862	7,554	-4,308	-36
1109	墊付國內本匯票週轉金	118	260	142	120
1110	保管本、匯票週轉金貸款	0.6	46	45.4	75
1111	保管客票透支	0	5	5	
1112	票據貼現	26	8	-18	-69
1113	客票融資改以貼現方式辦理之融資	0	0	0	0
1114	第一類公司簽發或承兌票據之融資	34	56	22	64
	合計	16,572.6	10,394	-6,178.6	-37

(單位：新台幣百萬)

買賣交易付款方式之改變與應收帳款承購業務之崛起，已經逐漸改變銀行傳統企金授信業務，由於遭受金融風暴與土地價值只漲不跌神話破滅之影響，使得銀行越來越重視掌握還款來源為授信與否之首要考量，故承購品質良好之應收帳款在某個程度上將有取代傳統的短期(無)擔保授信之趨勢。此外，依據多年來之授信經驗，對有自償性之實際交易提供融資(Trade Finance)之風險不高，且應收帳款承購業務又具有獨占性，因此本行開辦本項商品之目的如下：

- (一) 順應全球企業買賣雙方採取以記帳為交易方式之趨勢，並提供客戶(賣方)一個規避買方信用風險、提供營運資金、代客收款、記帳等銷貨後之完整解決方案(Total Solution)。
- (二) 備齊本行金融商品，強化本行市場競爭力。
- (三) 深入客戶營運活動、確實掌握客戶之資金去向與實際還款來源，降低本行業務風險與提高資產品質。

(四) 配合電子商務 (e-commerce) 與供應鏈融資業務之興起, e-Factoring之作業方式可節省銀行處理成本與客戶交易成本, 乃是未來必然之趨勢。

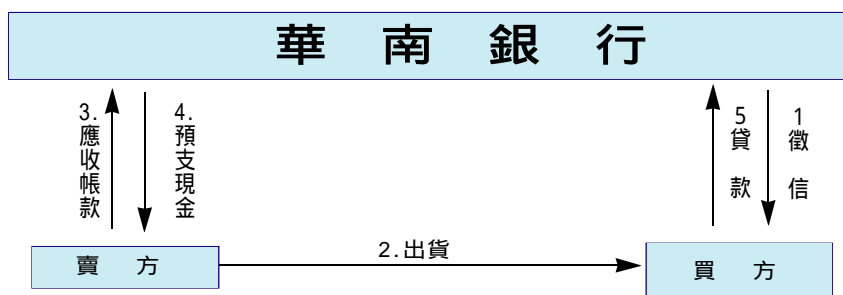
五、企業辦理本項業務的好處：

1. 降低呆帳風險：本行辦理徵信，客戶(賣方)可降低交易呆帳損失；幫助客戶建立風險預警機制，掌握買方信用狀況，有效強化交易風險管理。
2. 銀行專業收款：銀行之收款效果優於一般公司行號。
3. 發票處理能力：發票記錄均鍵入本行電腦，長期保存買賣交易資料。
4. 提高競爭優勢：提供買方優惠付款條件，提高市場競爭力以爭取訂單。
5. 適應營收需求：營收提高，相對的營運資金、收款、記帳、買方信用風險等問題，均可藉辦理本項業務得到解決。
6. 提前付款折扣：有充分的營運資金，客戶可享受提前付款的好處。
7. 大量採購折扣：營運大幅增長，客戶可享受大量進貨折扣的好處。
8. 減少收款折扣：以往客戶要求其買方提前付款，必須以犧牲高額折扣為代價，辦理本項業務，應收帳款即可轉換成現金，本行可提供低廉之資金，客戶無須再提供高額折扣給其買方。
9. 充分運用資產：充分運用應收帳款資產取得營運資金，凸顯公司經營效率。創造變現能力，充分供應拓展業務所需資金，當市場機會來臨時即可掌握，不再裹足不前。
10. 建立雙方信用：本項業務使得本行了解客戶(賣方)與其客戶(買方)之交易與付款資訊，買賣雙方長期之往來即是本行為雙方建立信用額度要件之一。
11. 無須任何擔保：辦理本項業務得無須提供擔保品與保證人。
12. 沒有地理限制：本行分行遍佈國內各地，辦理本項業務沒有限定買賣方所屬地區。
13. 提高企業評等：本業務無授信科目，可美化公司財務報表，提昇企業信用評等。
14. 提升專業能力：本行提供專業金融服務(徵信、融資、收款、記帳、帳務資料儲存、市場諮詢等)，客戶可專注本業研發、製造、行銷之能力。
15. 利用買方之信用額度來充當財務槓桿取得資金，並無資金上之限制。

六、業務流程：

1. 本行建立買方資料庫，以備客戶(賣方)之申請。
2. 客戶出貨予買方。
3. 若係本行資料庫之買方，客戶可將對該買方之應收帳款讓與本行。
4. 本行以該債權為還款來源，提供客戶預支價金服務。
5. 帳款到期，由本行向買方收取貨款。

國內應收帳款承購簡易流程圖



七、市場行銷方法：

(一) 從買方著手：

業務推廣依商品特質宜由買方著手，營業單位應持續拜訪買方並請買方提供供應商名單予本行，總行將供應商資訊轉知鄰近營業單位，可節省全行搜尋客戶(賣方)作業成本；或請買方通知其供應商若有資金需求，可逕向本行辦理。

(二)、從賣方著手：

若買方基於商業機密因素不願透露其供應商名單，其行銷方法如下：

1. 從現有本行優良客戶著手，並深耕該客戶，請其介紹同業來行辦理。
2. 從買方之年報尋得其主要供應商。
3. 若買方獲得產品認證(如ISO9001)等，可由報紙之恭賀廣告得知其供應商。
4. 參考總行迭次轉知之中心衛星工廠名單。
5. 參加買方主辦之集會(如新產品發表、協力廠商聯誼、尾牙等)，可於會場認識買方供應商。
6. 依據各產業之廠商名錄拜訪鄰近客戶，若屬本行買方資料庫之供應商，則勸誘該廠商辦理本項業務。