

華南銀行用 「e化+客戶服務」 贏得台塑網的心

C計畫—「台塑網供應商訂單融資專案」

華銀業務部 彭梅茹

華南銀行在遭遇花旗銀行、中國信託及大眾銀行三家銀行積極搶食國內產業龍頭-台塑集團供應商線上融資業務的相互競爭情況下，業績居然一路遙遙領先，e化加上客戶服務是我們贏得台塑集團供應商青睞、業績大幅提升的最大關鍵。

「什麼？華銀遙遙領先花旗銀行、中國信託及大眾銀行??」不要懷

疑，本行在企業金融的e化金流部分，已佔有一席之地，成為同業間最強的競爭對手，憑藉C計畫的口碑與成果，著實替本行爭取到不少合作機會。

依據台塑網提供之資料顯示，目前四家銀行承作台塑集團供應商融資業務之績效，由本行獨占鰲頭，佔有約95%的客戶數及93%以上之融資量。

【台塑網供應商訂單融資專案】

正式上線：93.3開始傳送供應商交易資料，並進行融資業務

中心廠上線家數：台塑集團51家關係企業

目前四家合作銀行融資績效比較表

- 資料來源：台塑網（93.8.31）

項 目	華南銀行	大眾銀行	花旗銀行	中國信託
完成申請家數	208家	10	1	0
已動撥家數	174家	10	0	0
93.8.31融資餘額	6.5億	0.6億	0	0
93.3 8承作量	11.5億	0.8億	0	0

為什麼各銀行競爭如此激烈，華銀還能有這樣的表現？「完善的e化 + 主動積極的客戶服務」，就是華銀致勝的秘訣。

不做C計畫，就喪失與同業競爭的機會

回憶2年前，許德南總經理在C計畫審查委員面前斬釘截鐵地說「我們如果不做這件事，就會喪失與同業競爭的機會！」。2年之後，華南銀行不僅已達到C計畫預期目標，更是C計畫參加銀行中表現最佳的銀行，雖然目前還有許多待加强的地方，但相較於傳統保守的以往，在協助產業金流e化與提供供應鏈資金融資、調度與全球帳款收付等即時性網路化創新服務上，卻有極大進展。

導入C計畫對企業最直接的效益就是，提升企業財務管理效率及降低企業營運成本與風險，尤其對於自有資金不足、擔保品缺乏、營運規模有限的廠商，可大幅活絡資金的運用，提升營運能力。

對銀行而言，透過C計畫金流機制的建構，不僅可以大幅提升銀行服務品質與競爭力，無形中更創造出更多與客戶接觸的機會。C計畫不僅重新建構企業與銀行新的價值鏈，也創造出企業及銀行的成本優勢。

領先同業的規劃及建置能力

傳統授信主要係以借款人之財務狀

況與擔保品多寡來衡量授信風險，而該資料皆為歷史之靜態資料（借款人營業收入或財務報表），且授信風險評估對象集中於借款人；另外，還有一點就是過去如出貨（口）前的融資就僅有憑信用狀或是出口單據的外銷貸款、營運週轉金的短期授信，而在出貨後的則以發票為主體的應收帳款收買、及以票據為主體的應收票據貼現等，雖然皆是交易性融資，但是囿於交易訊息的片斷不連續，所以銀行僅能就單一的交易階段提供對應的金融服務。

C計畫線上融資，則是將買方的資訊流與金流作一整合，買賣雙方的交易狀況即時傳遞到銀行，也因此銀行可以將原有的金融服務重新整合、包裝，按照買賣的交易進程，提供多階段的金融商品如：訂單前融資、訂單融資、驗貨單融資、發票融資、應收帳款融資等，也由於交易資訊的透明，銀行的授信風險相對降低；銀行藉由新金融商品的提供，增加銀行整體競爭力。

而華銀與台塑網合作之訂單融資專案，便是延續C計畫所推動的另一成功案例。台塑集團的採購平台-台塑網，已運作多年，績效卓著，有鑑於導入電子金流機制的環境已臻成熟，為擴大效益，因此由台塑集團總經理室主導，結合採購與財務兩部門的成員，共組專案小組，推動台塑網供應鍊金流建置，並邀集數家銀行提案競標，最後選擇華南銀行、花旗銀行、中國信託及大眾銀行等四家銀行共同合作。在合作過程中，

四家合作銀行與台塑集團展開密集會議，共同深入討論雙方權利義務、合作方式、連線機制及訊息交換格式等等合作機制，各銀行為配合台塑網複雜的採購模式及資料格式內容，無一不絞盡腦汁尋求最佳規劃，銀行間彼此近距離的競合關係，也隨著大家頻繁的互動而一路熱烈展開。

建置過程中雖然碰到很多阻礙，但在本行資訊室、企金部、業務部的同心協力下，華銀果然讓台塑網及其他合作銀行紛紛刮目相看，取得建置時間上大幅領先的優勢，搶先其他銀行上線使用。事實證明，華銀擁有的C計畫豐富業務經驗及專業的建置資源與人力，是進度快速領先同業的最大因素。

對台塑網供應商有何好處

台塑集團之供應商透過「台塑網」線上簽訂採購訂單者約有6000戶，從接

到訂單、出貨至收到貨款歷時約2個半月至3個月，每月支付貨款（內購）約新台幣70億元，且戶數及金額仍持續擴大中。相較於其他體系，台塑集團對其供應商做更嚴格的篩選，訂單取消率低，還款來源穩當，且供應商普遍交易金額較大、有融資意願，對本行而言具有極大融資效益。

很多供應商常有營運現金的週轉問題，但目前企業取得融資的方式，融資金額有限而且利率較高，導致資金成本太高，且金融機構從授信、撥款、到還款作業過程都費時太久。供應商若申請線上融資服務，取得所需資金的速度將變快，成本變低，應收帳款屆期也能自動還款，餘款也能自動撥付到供應商帳戶內，另外亦可隨時進行額度查詢、交易資料查詢及應收帳款明細查詢，達到健全財務規劃，解決供應商營運週轉的問題，並促進金流作業e化，提高資金運用之效率。

台塑網供應商專屬融資條件：

融資階段：訂單融資階段

貸放成數：不超過訂單之八成為貸放原則

利率：最高以「路透社商業本票初級市場利率

90天期 均價利率加碼2.46%」為限

台塑網供應商申請本行線上融資的好處：

易申請、超好貸、免保證人、免擔保品

隨時備妥額度，訂單越多，額度越高

線上隨借隨還，操作簡單且安全便利

如果企業不習慣線上動撥或還款，亦可選擇

至營業櫃檯由專人服務

對本行的效益：

綁住客戶、強化客戶關係，由過去單一分行服務

單一客戶，轉為由全體分行服務整個中心體系

增加供應商經常性的存、放款往來收益

加強風險控管並降低授信風險

增加對客戶資訊掌握能力，可有效掌握

需求，主動行銷

成為B2B金流機制標竿，以利拓展其他企

業加入，擴大本行商機。

客戶服務是致勝關鍵

針對企業需求，除了提供最佳的解決方案，協助企業客戶在瞬息萬變的商業環境中做好資金調度、現金管理及融資管理等財務規劃外，良好的客戶服務其實才是最後致勝的關鍵。

推展「台塑網供應商訂單融資專案」期間，由於有全台灣188家營業單位的全力配合、逐家拜訪供應商及介紹融資機制，及總行業務單位的專業支援，二者相互配合下，逐一化解了廠商對線上交易之疑慮，並輔導其上線操作、使用，再加上特別針對台塑網供應商所舉辦的『台塑網VIP供應商尊爵獨享回饋活動』，提供申請完成且已動撥廠商一份精緻好禮，終於使客戶關係不易被其他競爭者所取代，融資績效也大幅領先並成長。

過去企業金融由於缺少以自動化取代人工作業，一直無法簡化流程、降低銀行作業成本，且授信額度、利率、定價僵化，無法配合企業生產過程之階段性需求，隨時動態調整、擴展業務。有了線上融資業務及線上電子交易融資作業中心人員的支援，營業單位可省卻冗長

及繁複的撥貸、還款作業，轉而加強行銷業務及掌握新趨勢下與顧客的關係經營，對營業單位而言不但大幅降低營業成本、提升營運效率，更可增加客源。

結語

長久以來，華銀之所以為企業金融的代表銀行，擁有最龐大的企業客戶數，主要原因便是華銀能深入服務到每一位企業客戶，與企業客戶間能持續建立、發展及維護的長期合作夥伴關係。因為擁有實體通路、電子商務完整機制及作業中心專業的諮詢協助等等絕對優勢，才使C計畫供應鏈融資金流服務，能從各家競爭銀行中脫穎而出。

目前C計畫在市場廣泛擴散應用及產業需求帶動下，已帶動國內產業金流的應用風潮，而且逐漸顯現效益，希望台塑網的成功案例，能讓遲遲未加入推展行列的營業單位，有所鼓勵，也讓大家正面思考、重新認清華銀的競爭實力，並更珍惜台塑網得來不易的成果，後續我們還有很大成長空間，期許大家皆能共同努力、再創供應鍊金流服務佳績！