

行政院及所屬各機關出國報告  
(出國類別：研究)

## 赴美國舊金山及紐約參加美國銀行 銀行人員研習會報告書

服務機關：合作金庫銀行

出國人職稱：領 組

姓名：吳 淑 鈴

出國地區：美 國

出國期間：92.09.20-92.10.03

報告日期：92.12.25

20

009200522

公 務 出 國 報 告 提 要

頁數：45 含附件：是

報告名稱：

赴美國舊金山及紐約參加美國銀行銀行人員研習會

主辦機關：

合作金庫銀行

出國人員：

吳淑鈴 合作金庫銀行 財務部 領組

出國類別：研究

出國地區：美國

出國期間：民國 92 年 09 月 20 日 -民國 92 年 10 月 03 日

報告日期：民國 92 年 12 月 25 日

分類號/目：D3／銀行 D3／銀行

關鍵詞：美國銀行

內容摘要：內容摘要：職 奉派前往美國加州舊金山（San Francisco City）和紐約州紐約市（New York City）參加由美國銀行（Bank of America）針對各國存、通匯銀行所舉辦的“2003 年跨國銀行人員研習班（Bankers Without Borders Academy 2003）”期間自 2003 年 9 月 21 日至 10 月 1 日止，為期 11 日。本次課程主要係針對美國銀行提供全面性的介紹，內容包括各項業務、組織、操作、文化、以及發展過程等，惟並不就細項業務之專業技術作論述。依據 2003 年《銀行家》雜誌排名，按一級資本排名，該行居美國第二位，世界第三位；按總資產排名，該行居美國第三位。其業務範疇按其組織架構分為五大部分，包括全球公司投資銀行業務（Global Corporate and Investment Banking）、商業銀行業務（Commercial Banking）、資產管理（Asset Management）、消費金融（Consumer Banking）、以及資本投資（Equity Investments）等業務。本次研習，課程部分係由各部門主管人員，作業務簡報方式進行，並實地參訪美國銀行票據作業中心及交易室，對於美國銀行各項業務有概括

性之瞭解，並自與對該行人行員互動中，深切體會該行之經營及工作理念。展望未來，該行設定了三至五年的中程目標，包括一、提供世界級之客戶服務，即易於使用、有效率且零錯誤的服務。二、吸攬創造利潤客戶，並就其業務貢獻作持續地回饋。三、成為受信任的財務規劃銀行。四、開發新種產品並提供客戶創新之金融服務。本次研習對金融業經營有如下心得：一、金融商品整合及跨業經營已成為未來趨勢。二、以客戶為導向之組織架構。三、因應主、客觀環境之快速變遷，注重加強行員之教育訓練。爰對本行經營發展有如下建議：一、因應資訊生活化趨勢，及早進行資訊系統之整合，因應金融市場發展。二、塑造企業形象，並加強行銷、強化顧客關係管理。三、提升行員專業知能，培養企業認同感及向心力。四、加強客製化金融商品之研發、行銷能力，以擴大業務區隔，增加營業收入。

本文電子檔已上傳至出國報告資訊網

## 摘 要

職奉派前往美國加州舊金山 (San Francisco City) 和紐約州紐約市 (New York City) 參加由美國銀行 (Bank of America) 針對各國存、通匯銀行所舉辦的“2003 年跨國銀行人員研習班 (Bankers Without Borders Academy 2003)”期間自 2003 年 9 月 21 日至 10 月 1 日止，為期 11 日。

本次課程主要係針對美國銀行提供全面性的介紹，內容包括各項業務、組織、操作、文化、以及發展過程等，惟並不就細項業務之專業技術作論述。

依據 2003 年《銀行家》雜誌排名，按一級資本排名，該行居美國第二位，世界第三位；按總資產排名，該行居美國第三位。其業務範疇按其組織架構分為五大部分，包括全球公司投資銀行業務 (Global Corporate and Investment Banking)、商業銀行業務 (Commercial Banking)、資產管理 (Asset Management)、消費金融 (Consumer Banking)、以及資本投資 (Equity Investments) 等業務。

本次研習，課程部分係由各部門主管人員，作業務簡報方式進行，並實地參訪美國銀行票據作業中心及交易室，對於美國銀行各項業務有概括性之瞭解，並自與對該行人行員互動中，深切體會該行之

經營及工作理念。

展望未來，該行設定了三至五年的中程目標，包括一、提供世界級之客戶服務，即易於使用、有效率且零錯誤的服務。二、吸攬創造利潤客戶，並就其業務貢獻作持續地回饋。三、成為受信任的財務規劃銀行。四、開發新種產品並提供客戶創新之金融服務。

本次研習對金融業經營有如下心得：

- 一、金融商品整合及跨業經營已成為未來趨勢。
- 二、以客戶為導向之組織架構。
- 三、因應主、客觀環境之快速變遷，注重加強行員之教育訓練。

爰對本行經營發展有如下建議：

- 一、因應資訊生活化趨勢，及早進行資訊系統之整合，因應金融市場發展。
- 二、塑造企業形象，並加強行銷、強化顧客關係管理。
- 三、提升行員專業知能，培養企業認同感及向心力。
- 四、加強客製化金融商品之研發、行銷能力，以擴大業務區隔，增加營業收入。

赴美國舊金山及紐約參加美國銀行  
銀行人員研習會報告書

目 次

第一章 目的	1
第二章 過程	3
第一節 美國銀行簡介	3
第二節 課程內容簡介	6
第三章 參訪行程介紹	22
一、美國銀行資料處理中心	
二、美國銀行紐約分行交易室	
三、美國銀行紐約分行同業帳戶管理部門	
第四章 心得	25
第五章 建議	28

附件

附件一 美國銀行課程規劃綱要.....31

附件二 **Order-to-Pay**.....37

附件三 **Callable LIBOR Range Accrual Note**.....39

附件四 本國金融控股公司設立情形表.....44

## 第一章 目的

職 奉派前往美國加州舊金山 (San Francisco City) 和紐約州紐約市 (New York City) 參加由美國銀行 (Bank of America) 針對各國存、通匯銀行所舉辦的“2003 年跨國銀行人員研習班 (Bankers Without Borders Academy 2003)” 期間自 2003 年 9 月 21 日至 10 月 1 日止，為期 11 日。其中 9 月 21 日至 26 日六天課程係在位於加州之舊金山市舉行，美國銀行係於加州創立，該行於加州之佔有率佔市場之冠，美國銀行在此地主要從事業務為消費金融及商業銀行業務，為因應其零售業務後續之作業處理，並設有一零售操作中心 (Retail Operations Center)；另其西岸相關資訊處理中心 (Data center)，則設於鄰近城市 Concord。其餘訓練課程在金融業發達之紐約舉行，該行在紐約州共有員工三千人，主要業務項目為商業銀行業務、資產管理、全球公司投資銀行業務。該行紐約分行則有員工 250 人，並不經營零售業務，主要從事資金操作管理包括同業轉帳、國際貿易處理、票據交換服務等。

本次課程範圍廣泛且內容豐富，上課方式包含講師講解、同業經驗交流及實地參訪。成員包括台灣、印尼、印度、挪威、捷克、義大利、墨西哥、海地等八個國家。來自各地的金融同業，雖然語言、種族、位階高低有所差異，各國金融環境及各銀行經營型態有所差異，



且學員各自專業領域亦有所不同，但在課堂上都能虛心求教，且學員間均有良好之互動，不失為國際文化交流之最佳體驗。另有賴於科技文明的發達，國際間資訊傳遞無遠弗界，跨國的交流更顯得通暢無礙。美國銀行講師均為其各部門主管，對其業務領域均能作適切、生動的介紹，亦充分顯露出對其工作之熱誠與對企業之向心力。

歸納而言，本項訓練課程主要目的係美國銀行為其海外存、通匯往來銀行人員就該行作全面性的介紹，內容包括各項業務、組織、操作、文化、以及發展過程等，並不就特定主題或業務進行深入之研討，故可謂具廣度但欠缺深度，惟針對業務整體規劃與發展方向仍提供了參考與醒思。

美國銀行的課程規劃綱要如附件一。

## 第二章 過 程

### 第一節 美國銀行簡介

現今之美國銀行是由原美國銀行(Bank of America)與國民銀行(Nations Bank N.A.)於1998年4月15日合併而成。原美國銀行成立於1904年，總部設在San Francisco，主要營業範圍為美國西海岸地區。原國民銀行的總部設在北卡羅萊那州夏洛特市(Charlotte, North Carolina)，其前身是北卡羅萊那國民銀行(North Carolina Nations Bank Corp., NNCB Corp.)和C&S Sovran公司，主要在美國南方和哥倫比亞特區經營。合併後的新銀行營業據點橫跨美國東海岸，當時成為美國第一大銀行。依據2003年《銀行家》雜誌，按第一類資本(Tier One Capital)排名，該行居美國第二位，亦為世界第二位(僅次於Citigroup)；按總資產排名，該行居美國第三位(僅次於Citigroup與JP Morgan Chase Co)。

截至2002年12月，該行總資產為6,605億美元，股東權益合計503億美元，資產收益率和資本收益率分別為1.40%和19.44%。2002年度，該行淨利共計92.49億美元，較2001年度之67.92億美元成長了36%，依業務種類分析，消費金融以及商業銀行業務(Consumer and Commercial Banking)的收入為60.88億美元佔66%，全球公司投資銀行業務部門(Global Corporate and Investment Banking)

的收入為 17.23 億美元佔 19% ，資產管理部門(Asset Management) 的收入為 4.04 億美元佔 4% ，而資本投資部門(Equity Investments) 則損失了 3.29 億美元。

從地理區域劃分，該行在美國國內的淨收入為 91.27 億美元，亞洲區為 2.78 億美元，歐洲、地中海以及非洲地區為 0.42 億美元，在拉丁美洲以及加勒比海地區則產生淨損失為 1.98 億美元。總計該行於美國本土以外之淨收入為 1.22 億美元，僅佔總該行總淨收入之 1.32%，並以亞洲地區為最高。

該行為美國最大之零售銀行 (retail banking)，全國有 4,200 個服務據點，13,250 台自動櫃員機 (ATM)，約三分之一的家庭均與該行往來。於全球 30 個國家設有分行，全球全職人員共計約 133,000 人。

其業務範疇按其組織架構分為五大部分，包括全球公司投資銀行業務 (Global Corporate and Investment Banking)、商業銀行業務 (Commercial Banking)、消費金融 (Consumer Banking)、資產管理 (Asset Management) 以及資本投資 (Equity Investments) 等業務。各項業務範圍及簡介如下：

一、全球公司投資銀行業務包括公司財務管理、資本籌措及諮詢、全球信用金融商品、全球資金服務業務等。

- 二、商業銀行業務除一般商業銀行業務外，包括企業融資及企業不動產業務，美國銀行在中型企業金融（年收入1千萬美元0億至5美元）居領導地位，放款餘額約57億，存款人餘額約23億。
- 三、消費金融業務包括零售金融服務、小型企業金融服務、財務規劃商品。百分之九十五的美國企業被歸類為小型企業（年收入未達1千萬美元），美國銀行擁有2百萬小型企業戶，對該行而言，小型企業金融服務係該行之重要業務。
- 四、資產管理業務包括私人銀行業務、個人投資理財、美國銀行資產管理。包括投資管理服務、財務計劃、信託與不動產規劃、證券交易服務等，客戶群涵蓋了個人、家庭、小型企業、公司及機構組織等，截至2003年6月30日止，客戶總資產為454億美元，總收入為1.2億美元，盈餘為284百萬美元。
- 五、資本投資業務包括美國境內之投資管理、國際投資管理及基金管理。

## 第二節 課程內容簡介

從 2003 年 9 月 21 日至 10 月 1 日止，為期 11 日之訓練課程，美國銀行供安排了 16 門課程。進行的方式包括課程講解、經驗討論及實地參觀，講師主要為美國銀行部門主管，少數課程為外聘企管顧問公司的講師，此 16 門課程名稱如下

1. 美國銀行的歷史沿革 (Bank of America's History and Heritage)
2. 現今美國銀行的組織、架構與財務 (Bank of America Today – Organization, Structure and Financials)
3. 消費金融 (Consumer Banking)
4. 商業銀行業務 (Commercial Banking)
5. 全球帳戶管理、轉帳及外匯交易流程匯款 (Global client services : Account Administration , Money Transfer and FX Officers)
6. 認識你的客戶 (Know Your Customer : Identifying fraud and Managing Security )
7. 洗錢之辨識與預防 (Money Laundering : What to look for and How to prevent it)
8. 零售金融業務 (Retail Banking)

9. 網路銀行和電子商務的發展 (Banking on the Internet :  
Developments in E-Commerce, Consumer Banking, Cash  
Management, and Corporate and Commercial Banking )
10. 國際貿易服務 (Global Trade Service)
11. 美元清算系統、清算風險和發展趨勢 (U.S Dollars Payment  
System , Risks & Trends)
12. 美元帳戶管理及客戶服務 (Account Administration and  
Customer service )
13. 外匯交易操作 (Trading Operations at Bank of America )
14. 全球資本市場和全球經濟展望 (Global Capital Markets &  
the Global Economic Outlook)
15. 投資銀行業務的發展 (Corporate and Investment  
Banking)。
16. 持續交割系統 (Continuous link Settlement)

爰將其中重要課程介紹之內容摘要敘述如后：

#### 一、國際貿易服務 (Global Trade Service)

美國銀行在全球 37 個國家有國際貿易服務網路，與超過 3,000 家銀行有存、通匯關係，市場佔有率居美國之首，在電子銀行的創新服務方面，亦享有最佳之評等，擔保信用狀之餘額超過 310 億美元，為全美排名第一，線上交易於 2002 年成長了 60%，並經 2002 年 8 月份「Global Finance Magazine」評選為「最佳網路銀行」。

以全球國際貿易發展趨勢，信用狀交易 (Letter of Credit) 已逐漸被記帳交易 O/A (Open Account) 所取代，文件傳送亦轉變成電子傳遞，零散的供給已串連為整合式的供給，各個的產品銷售亦已轉變成全面性的資本規劃。除了傳統的國際貿易商品如開發信用狀、信用狀轉讓、承兌、進出口託收、擔保信用狀等，美國銀行推出結合電子商務之新種商品-「Purchase Order-to-Pay Service」業務，過去十至十五年來，進口商投入大量人力物力，致力於供給面之整合、物流及金流速率之提昇暨成本之降低，以因應市場之競爭。配合此一發展，美國銀行所推出之前述商品，即以電子商務代替文件(paper)，及以記帳交易 O/A(Open Account) 取代傳統的信用狀交易，且將進口商之交易對手—出口商納入電

子供給系統中，進行最終之付款及交割，使進口商對交易流程更  
易於瞭解及掌控。

上述商品交易流程為進口商傳送包含賣方可收到款項之條件  
等採購資料檔案至美國銀行，該檔案格式可多為任何類型，並可  
經由網路傳輸，傳送資料將儲存於該行資料庫中。若交易型態為  
信用狀交易，則該系統可依據交易資料簽發信狀予賣方，且不論  
為信用狀交易或記帳交易，賣方均可透過美國銀行網路上之直接  
貿易系統「Direct Trade Direct」，取得交易資訊。一旦貨物裝  
運後，賣方可向美國銀行提示文件或電子檔案之單據，賣方提示  
單據要項與買方原先購買條件資料之審查，依提示文件不同而  
異，提示文件者仍以人工進行審查，電子檔案之單據，則由系統  
自動比對。若審查相符，對於信用狀及自動付款（auto-pay）之  
記帳交易進行付款，並同時將詳細資料電子傳送至買賣雙方，對  
於其他類型之記帳交易，則於取得買方之認可後付款。若審查不  
符，則將瑕疵列出送予賣方尋求解決之道。

「Order-to-Pay」有之記帳帳戶之付款型態（Open Account  
Payment）有下列三種：

- 買方許可，銀行不審核單據（Buyer Approved, No Conditions  
Matching）：銀行收到提示單據，即傳送予買方，由買方審視



單據並決定付款金額。

- 買方許可，銀行審核單據（Buyer Approved, with Conditions Matching）：銀行收到提示單據後，即進行審單，並將符合貿易條件及不符合者分別列出傳送予買方，再由買方決定付款金額。
- 銀行審單後付款（Bank Approved, with Conditions Matching-Auto Pay）：銀行收到提示單據後，即進行審單，若單據相符情形在約定之寬容範圍內，則由銀行逕予付款，若單據不符，則銀行即將瑕疵列出，並傳送予買方賣方尋求解決之道。

美國銀行資料如附件二。

## 二、全球公司投資銀行業務 (Global Corporate and Investment Banking )

自 1998 年以來，美國地區專業投資銀行因為面臨綜合性銀行(包括商業銀行暨投資銀行)的競爭，其投資業務之市場佔有率持續地下降，以 2003 年 6 月與 1999 年相較，專業投資銀行市場佔有率下降了 9%，而綜合性銀行則相對成長了 10%。由此可見，客戶之需求可謂愈來愈嚴苛，亦要求更多樣化、整合性之全方位金融產品服務。

一般而言投資銀行可分為狹義及廣義兩種，狹義的投資銀行是指經營有關證券的經紀、自營及承銷業務者，相當於我國之綜合證券商，投資銀行即為「資金供給者」與「資金需求者」間之仲介者，透過投資銀行的引介，資金需求者直接向資金供給者融通；或在初級市場發行有價證券，籌措長短期資金，此即稱「直接金融」。

如企業上市前需先經過投資銀行的輔導，再透過資本市場進行集資。前述輔導其實就是投資銀行對投資大眾另一種形式的保證。此外，投資銀行亦會在證券市場買、賣該標的證券，藉以活絡交易並賺取價差 (spread)。除前述承銷、自營業務外，投資銀行也協助客戶買賣證券，稱為經紀。

廣義的投資銀行則除上述三種業務外，尚包括公司併購、公司重整、創業投資、專案融資、基金管理、公司財務金融諮詢等金融仲介

活動。自直接金融盛行後，投資銀行業務更形多元化：部份業者為客戶依其所面臨不同的產業生命週期，提供量身訂作的理財服務，例如在公司剛萌芽時，創投資金 (Venture Capital) 與私下募集 (Private Placement) 對企業的助益最大；其次，當企業逐漸成熟，所需要的是由專業證券商來輔導上市；當客戶成功上市以後，業者輔導的重心就擺在企業併購與金融避險等細部的理財活動。而有關於公司本身的資產配置以及為企業主進行的財務規劃，則可以借重投信與投顧部門所提供的資產管理 (Asset Management)。

近年隨著業務增加，投資銀行的功能已發生顯著的變化。傳統的投資銀行受制於業務，所扮演的角色是：在初級市場透過承銷方式為客戶集資、在次級市場裡以自營方式扮演市場創造者 (Market Maker)。今日，隨著業務範圍擴大，業者一方面以最經濟的成本為資金需求者募集資金；另一方面替資金供給者完成投資目的，並以適當的避險工具為其做好風險管理。因此，投資銀行的角色已由單純地承銷和協助企業合併，轉變為產品及技術的革新者，以從事結構性交易 (Structural Deal) 和風險管理，進一步提供客戶更好的價格與更優良的服務。

儘管近年來許多大企業紛紛設立其投資銀行部，為其本身從事長期財務規劃及風險管理。但由於商品的交易日趨複雜，各種新商品及

避險工具的操作都需仰賴專業知識，因此，多數企業仍需由投資銀行來提供服務，今後投資銀行的角色只會更重要。

以收入來源言，商業銀行賺取的是存放款間的利差；投資銀行賺取的則是仲介佣金。於初級市場（Primary market making）者為承銷業務，一般企業戶可藉由發行債券或股票方式集資，投資銀行會事先協助客戶訂定其融資計劃，並分析其利弊得失，供客戶決策。俟客戶決定後，投資銀行即著手安排相關發行事宜。尤為能使集資順利，它必須具備從債券設計、訂價、財務諮詢，到擔任主要交易商等功能。以近來之發展，投資銀行還需具備將商品證券化的能力。

另於次級市場（Secondary market making）者，則在活絡交易，亦可為投資銀行賺取價差利益。又分為自營業務（Dealer activity）及經紀業務（Brokerage activity），當從事自營業務時，投資銀行難免因買賣產生淨部位（net position），而導致價格風險存在。是以，投資銀行尤應具備風險辨識、風險衡量及風險管理的能力，並透過適當避險工具來規避風險。投資銀行從事為自己本身建立部位，稱為交易業務。依其交易目的可區分為投機（Speculation）與套利（Arbitrage）當目的是希望經由交易標的物價格變化而獲利者，稱為投機；如係追求不同市場間相對價格變化而獲利者，則稱為套利。但無論是投機或套利，投資銀行均需仰賴一個完備的研究部門適時提

供各種交易建議。從事經紀業務時，由於係接受客戶買賣委託完成交易以賺取佣金，投資銀行為能圓滿達成所託，從接單、下單、清算到交割，均應謹慎，避免暴露於風險中。

其他業務則尚包括了公司重整 (Corporate restructuring) 即有關的「公司營運、資本結構或所有權變動」等事項，包括擴充 (Expansion)、裁減 (Contraction) 及所有權與控制 (Ownership and Control)，公司透過併購，可以達成擴充的目的。反之，要縮減規模，則可藉由出售資產或分割股權來達成。由於公司重整事涉複雜，甚或將造成公司經營團隊改組或所有權變動，因此，投資銀行除必須熟悉各種金融理論及財務工具的應用外，更應具有相關企業經營、租稅與會計素養。除前述業務外，投資銀行營利的業務尚有顧問服務 (Advisory services)、投資管理 (Investment Banking)、商人銀行服務 (Merchant Banking)、創投基金 (Venture Capital)、諮詢服務 (Consulting) 等。投資銀行如何透過上述業務營利？以協助客戶進行投資管理來說，投資銀行係以發行受益憑證的方式，向一般投資大眾募集資金，再交由專家進行管理。而投資標的物則包括股票、債券、房地產、貴重金屬 (黃金)、貨幣市場、外匯市場以及各式各樣的衍生性金融商品。投資銀行則向客戶收取固定比率的管理費及相關費用，作為基金操作酬勞。

另外，近年來財務工程（Financial Engineering）的發展，不僅為投資銀行業者開闢新的財源；更重要的是，藉由各種新金融商品的開發，除可滿足投資大眾的個別需求；亦為發行者取得以較低成本籌資的管道。財務工程所開發的新商品計有零息債券（Zero Coupon Security）、不動產抵押證券（Mortgage-backed Security）、資產抵押證券（Asset-backed Security）、衍生性商品（Derivative products），包括：交換（SWAP）、櫃檯交易選擇權（Over-the-Counter Options）、結構性證券（Structured Security）等。一般而言投資金銀行在從事財務工程業務時，除積極投入開發新商品外，還需要擔任交易商的角色，並應具有對該商品訂價及風險管理的能力。

美國銀行之全球公司投資銀行業務係對全球公司、團體及政府組提供廣泛之金融服務，業務項目包含投資銀行、資本市場、交易性財務操作、資金操作、融資、租賃、財務規劃等，其業務區分為四大部門：一、客戶管理；二、全球資本籌措；三、全球資本市場及四、資金操作與財務交易管理。客戶管理部門區分為美加區、國際部（包括歐盟、亞洲及拉丁美洲），並負責行銷（Marketing），全球資本籌措之業務範疇則包括併購、證券、全球投資、負債市場、信用融資商品、租賃、不動產等，全球資本市場則涵蓋了外匯交易、利率商品、能源商品，資金操作與財務交易管理則另負責產品之研發。

以最近市場推出較熱門之財務工程所開發的新商品，均為結合衍生性金融商品之財務工具，例如美國銀行證券子公司所推出「可買回 LIBOR 區間獲利型本票」(Callable LIBOR Range Accrual Note)，此商品係以美國銀行集團 (BANK OF AMERICA CORP) 發行之債券，結合二個選擇權之衍生性金融商品，與一般型債券不同的是，一般型債券係於到期日始還本，並收取一定之固定或浮動之利息，收益而可買回債券 (Callable Bond)，則賦予發行人於到期前之特定期日買回債券之權利，例如每半年。另利率部分，則結合雙邊不觸及 (Double No Tough) 的利率選擇權，連結標的為 LIBOR (London Interbank offer rate)，即若 LIBOR 未觸及約定之價格，則投資人可獲得約定之固定收益，若曾觸及，則投資人即損失原可獲得之利息。即計息方式是依據該期間之每一天的 LIBOR 價格而定，例如 6 個月 LIBOR 利率在預定之區間內，則投資人可得獲得約定的利率，若 LIBOR 利率在預定之區間之外，則投資人之利率為 0。舉例如下：

投資標的為美國銀行發行之債券，並經世界著名信用評等公司 (如 Moody's、S&P、Fitch 等) 評等信用良好，發行期間五年，發行人於發行日起每半年可按發行面額買回，付息方式為每六個月

半年單利付息一次，按實際日數除以 365 天計息，發行期間分為四個期間，連結不同之 LIBOR 區間，決定不同的付息利率，如下表：

期 間	連 結 6 個 月 LIBOR 利 率 區 間	客 戶 利 率
2003 年 5 月 至 2003 年 11 月	0%—2.5%	2.5%
2003 年 11 月 至 2004 年 5 月	0%—2.5%	3%
2004 年 5 月 至 2007 年 5 月	0%—4%	5%
2007 年 5 月 至 2008 年 5 月	0%—5%	5%

每一日均檢視付息之情形，若 6 個月 LIBOR 落點在上表所列區間，則該日以約定之利率計息，若 6 個月 LIBOR 落點在上表所列區間之外則利率為 0，每半年付息時，計付 6 個月 LIBOR 落點在上表所列區間日數，每次贖回及到期均以面額加計當期利息買回。

該公司發行時亦揭露了相關的風險，包括：

- ◆ 利率收入微薄：如果 6 個月 LIBOR 持續一段期間落在計息區間之外，則投資人的利息所得，可能較投資於一般固定收益商品為低。
- ◆ 發行人有權利於到期前買回債券：若發行人提前買回債券，投資人獲得之收益率，可能低於債券持有至到期的收益率，另外，投



資人因發行人提前買回所收回之資金，無法再投資於投資初始時相同收益率之商品。

- ◆ 到期前賣出：若投資人需於到期前賣出債券以收回資金，可能會發生該債券於次級市場之價格，低於債券面額之情形。
- ◆ 流動性有限：因為此種債券係一種投資工具，並非交易性工具。
- ◆ 發行者的信用風險：本金的保障均繫於發行者的信用狀況，此種債券並無任何擔保，投資人須承擔發行人之信用風險。

美國銀行資料如附件三。

近年來衍生性金融商品不斷推陳出新，結合利率、匯率、股價指數選擇權之標的繁多，銀行業者不僅應提高商品研發之能力，同時亦應注意在行銷推廣時，善盡風險告知之義務，充分揭露相關之風險，同時對經濟情勢、市場走勢深入研究判斷，俾能與投資人共達雙贏之局面。

### 三、網路銀行和電子商務的發展(The Growth of Online Banking and Bill Pay)

一九九七年五月全美第八大銀行 Wells Fargo 提供網路資金移轉，與同年六月美國銀行即推出全套網際網路銀行(包括個人理財、企業銀行、公司理財資訊、世界經濟資訊等服務)該行網際網路銀行(<http://www.bofa.com>)最大的特點在於顧客導向。首先，為避免資訊重複下載佔據頻寬、降低傳輸速度，使用者每次看到的資訊都是在上次使用後之更新版本。其次是喊出「Build Your Own Bank」口號，只要使用者輸入個人經濟狀況、風險承受度及資訊擷取偏好等條件值，便可以設計個人專屬網頁。如學生收入較少，可加強循環信用之彈性應用，又如年輕父親肩負全家家計重擔，則可為自己設計較為穩健的投資組合網頁。

網際網路使用者自 1998 年起大幅成長，尤其歐洲、北美地區成長幅度較高，因網路銀行透過網際網路與客戶進行連線交易，較傳統交易更為便捷、快速，預估至 2006 年仍將維持強勁成長趨勢。

該行針對線上銀行交易 (Online Banking) 之客戶群進行分析，在 2003 年為分界，產生以下變化：

### 線上銀行交易 (Online Banking) 之客戶屬性變化情形

項 目	2003 年以前	2003 年以後
性 別	男性居多	女性居多
年 齡	年齡集中	18-34 歲
收 入	高	中
使用網路經驗	多	少

由以上分析可見，線上交易之客戶群，正逐漸擴大範圍，

另依據該行分析，線上交易客戶具有以下之特性及：

- 1、 維持較一般客戶為長之往來期間。
- 2、 負擔較少之成本：線上客戶臨櫃之頻率較低，利用客服電話之比率較一般客戶減少 30%。
- 3、 較具有向心力，並有較高之授信餘額。
- 4、 對銀行而言，線上客戶於使用線上交易一年後，即可獲得較高之收益。經過 31 個月後，銀行之獲利可較一般客戶高出 21% 以上。

由於以上利基所在，美國銀行大力推展線上交易，此項業務有大幅成長，2002 年 8 月至 2003 年 8 月該行線上交易成長了 51%，其中利用網路償付各項費用 (paying bills) 業務，更成長了 130%。以該行拓展之經驗，業務推展之基石為傾聽

客戶的聲音，該行擁有完整、有效之機制，依據客戶反映進行評估，並對使用客戶進行調查，通過電話、電子郵件及分行與客戶連繫，進行改善操作流程、商品研發及提昇網路內容，以滿足客戶之需求。該行主管更特別指出，在客戶申請登錄後 30 天至 90 天內，若客戶未開始進行交易，則後續之追蹤管理是非常重要的，因為客戶未啟用原因中有很大的比例是因為客戶忘記密碼，故及時、適時之與客戶連繫，探詢其是否需要協助，對於提高客戶使用率是非常有益的。

### 第三章 參訪行程介紹

#### 一、 美國銀行資料處理中心

原美國銀行和原國民銀行的業務集中處理開始於20世紀80年代末期。本次課程安排參訪了其西岸資料處理中心（Data center），該中心位於臨近舊金山之Concord市。處理中心建立後，各分行只承擔客戶服務和產品營銷的職能。各分行將收到的銀行票據集中到處理中心處理。各票據處理中心代各分行收取各項業務所帶來的票據劃帳收入，並將其帳劃入各分行。為了維持日常運行所需開銷，中心根據業務量每月向各分行收取一定的業務處理費用。

現今銀行業者因面臨業務同質性高、地域界線已被網路打破、市場變化快速，業務人才養成不易等發展趨勢與經營壓力，急需降低經營成本，提昇服務品質。所以國際級的大銀行，其應用的發展都朝向專業集中管理，服務分散處理。例如美商花旗銀行在台的資訊處理，已移到新加坡區域中心，藉由專業集中管理，來降低成本，但仍保持服務水準，因此作業中心或區域中心是未來發展重要趨勢之一。

有賴於機械及資訊化之發展，雖是龐大的作業中心，但多藉重於自動化處理，人工處理部分較少，得以降低用人成本。故新種業務在構思、設計的過程中，多加考慮網路化的特性，而利用網路通訊、資料數位化與資訊系統安全的結合，讓集中化之作業處理，不影響快捷

與多元的服務，亦是非常重要的一環。

## 二、紐約分行交易室

因涉及龐大的交易金額(市場交易的標準單位為百萬美金)，外匯交易室多具有相當的獨立性和隱密性，美國銀行紐約分行交易室亦擁有嚴密的安全管制措施，進出之門禁即採二層之隔離。而室內採開放式座位，以方便不同性質的交易員彼此的交易或意見溝通，並降低壓迫感。

參訪時適逢美國職棒季後賽，交易室內之懸吊式電視正實況轉播賽事，充分顯出交易員與一般銀行員工作性質之差異，及交易員對於工作之自主性。相較於國內銀行資金操作管理資訊之落後與不足，該行擁有完整之資訊系統，能夠使交易員即時掌握進出買賣的最新部位，以避免發生超出交易權限或因一時市場的巨變造成大額虧損，另相關部位之評估、停損等控管，每位交易員及其主管人員均可隨時自其電腦中查詢得知。

## 三、同業帳戶管理部門

此次參訪，美國銀行特別安排各學員至該行同業帳戶管理部門，與負責管理學員所屬銀行帳戶人員，進行面對面之訪談與溝通，使學

員們實地瞭解帳戶管理操作情形，並就帳戶管理之問題如帳戶之調撥、運用、透支帳戶之改善等，進行意見之交流。

該行對於同業帳戶每筆交易，均可即時於電腦系統中作相關明細資料之查詢，並透過網發網路與全球往來銀行作立即之回覆，惟若所查詢之交易尚未記帳，則須依據開戶銀行所提供之資料，另行洽詢各相關部門，可謂十分的有效率。

## 第四章 心得

一般銀行業的發展分為四個階段，第一階段是銀行業創立期；第二階段是銀行業進入大規模商品化時期；第三階段是銀行業產品最佳化階段；第四階段是銀行業進入網路化階段，不但產品層次提高，還需要知識管理與客戶服務管理。國外銀行已經發展到第四階段，不論是前端的客戶服務、還是後端的基礎架構支援，世界級的銀行已經採用了網路化的金融機構模式。

從國外銀行業的發展經驗來看，銀行轉型通常會經歷四個重點的營運變革，分別是以總分體制、獨立產品、業務能力以及隨需應變銀行服務為核心的變革轉型。總分體制方面，過去十年中，美國許多銀行已經開始重視內部業務流程的改善，特別運用於併購整合(M&A)風行的現階段，銀行業在處理合併其他機構後所產生的成本降低與組織重組等議題。目前大多數的外國銀行都處於發展獨特金融產品與提升銀行業務能力的第二或第三個重點的轉型。為迎接新的商機與挑戰，台灣銀行業需將先進的經營理念與快速發展的資訊技術相結合，積極拓展新的業務領域和利潤空間，才能在日益激烈的全球金融市場中脫穎而出！

本次研習對金融業經營有如下心得：

一、金融商品整合及跨業經營已成為未來趨勢：



提供多元化之金融商品與服務，提昇競爭力，已成為未來趨勢，就世界各國商業銀行業務之發展觀之，業務採綜合經營之型態已成主流，綜觀國內金融業，自 2001 年通過金融控股公司法迄今，已設立十四家金融控股公司（本國金融公司設立情形表如附件四），金控公司給合了保險、證券、投信、投顧、期貨、創投、財務管理公司、行銷顧問等行業，期藉由跨業經營及子公司間之共同行銷，以節省資源、發揮綜效，雖然國內金控公司之實際成效仍待實際評估，但金融商品整合及跨業經營已為潮流所趨，縱未設立金融控股公司，亦應尋求策略聯盟，即加強與異業之結盟，利用銀行業通路，擴大金融商品銷售之範疇，以增加營收。又商品推陳出新，為能及早進入市場，尋求同業之策略聯盟，亦為搶得商機之重要評估因素，畢竟研發之過程繁瑣而冗長，需耗費較多人力、物力及時間，在合作中累積經驗與實力，亦不失為較有效率的途徑。

## 二、以客戶為導向之組織架構：

如同美國銀行之組織架構依客戶群分為五大部分，國外銀行之組織架構均以客戶為導向。本國銀行為因應一夕數變的金融情勢，各大金融機構紛紛進行體質改造，如彰化銀行、新光金控、第一金控等，改造的大方向，均係將目前以業務為導向組織架構，轉以客戶為導向，同時加強行銷，財富管理事業群扮演著重要地位，即銀行組織

以客戶群導向分成數個領域，如大眾零售、財富管理、企業金融及中小事業等事業群，取代目前以業務為導向，如信用卡部、信託部等之的組織架構。例如信用卡、消費性貸款、連動式債券以往分屬不同部門產品，改造後皆隸屬於財富管理事業群。銀行由以往被動、零散式行銷，轉為主動、整合式行銷，讓客戶一次購足，甚而須為客戶量身訂作各式金融商品。因應此一流潮，銀行業之配合調整組織架似已成必然之趨勢。

### 三、因應主、客觀環境之快速變遷，注重加強行員之教育訓練：

除了面臨外在環境之競爭，金融商品之多元化，新種商品之推陳出新等，企業內部的組織改造或人事調整，變遷速度之快，非昔日可比。故行員之教育訓練，不僅侷限於專業之智能，甚至包括企業文化、自我成長等，皆為其範疇。以美國銀行而言，該行行員接受訓練課程之頻率頗高，大部分行員平均每月均會接受課程訓練，且其內容廣泛涵蓋該行企業精神、認識你的客戶、防制洗錢、專業課程、基礎訓練、電腦技能、自我成長等。惟環視國內金融經營環境，因為人事逐漸精簡，相較以往增加了工作時數，公餘時間減少，又擲節費用，外部訓練亦大幅減縮，如何讓員工獲得更多的訓練機會，如利用內部網路、軟體教學並配合適當的評量與獎勵措施，激勵員工參與，值得研議，畢竟員工學識的回饋，是企業進步的一大動能。

## 第五章 建 議

一、因應資訊生活化趨勢，及早進行資訊系統之整合，因應金融市場發展：

科技時代來臨，未來企業之競爭力在於掌握與運用科技之能力。就銀行業而言，不論是新種商品之研發或組織改造調整，最重要是後台的整合，亦即電腦系統的全面性整合，這些基礎工程能否完整建構，扮演著關鍵因素。又以客戶導向之業務趨勢言，各項業務項目客戶資料之整合及進一步之分析及管理，均賴資訊系統之整合，然而，資訊系統之整合並非一蹴可及，需要長程之規劃及執行，更需要企業員工強烈之認知及積極配合。

二、塑造企業形象，並加強行銷、強化顧客關係管理：

企業形象塑造與行銷有密切關係，近年來各銀行對於形象塑造，紛紛投入成本，本行亦加速廣告行銷之腳步，但擁有明顯的、強勁有力的、獨特的、與業務搭配的企業文化，以促使企業組織展現生機與活力的潛能，從而提高企業經營績效，並建立競爭優勢，以及創新原動力的企業經營基礎，才是最終目標。顧客關係管理對企業而言乃是將顧客關係放在企業經營之核心，以滿足顧客需求之行銷理念，不僅可提昇企業與顧客間之互動關係，同時也藉由互動關係來蒐集顧客資料。一般而言，顧客關係管理蒐集

之顧客資料包括行銷活動的顧客反應度、產品銷售之相關數據資料、客戶資料、客戶網站註冊資料、相關服務之數據、產品市場資料及網路銷售數據等。由於各項資料均為顧客與企業間之互動而產生，因此藉由分析顧客之各項資料，得以有效掌握顧客特性，進而應用顧客資料，更加有效地提昇企業對顧客之服務，並增進企業與顧客間之互動關係，即所謂顧客之資料採礦（Data Mining），可有效地在顧客獲利率、顧客之獲取、顧客之掌握、顧客之區分等層面增加公司收益，並有助於產品於市場之定位，進而協助達成企業營運之整體策略目標。

顧客關係之管理，有其前瞻性之價值，在強敵環伺之金融競爭環境下，如何進行客戶資料分析及應用，不再侷限於傳統思維，才能深耕舊戶、拓展新戶。

### 三、提升行員專業知能，並培養企業認同感及向心力：

因應金融商品之多元化，銀行員較以往須具備更廣更深之專業知能，而新種金融商品之壽命縮短，銀行員不僅需汲取新知，更需隨時汰舊換新。然而要激發員工之學習意願，與企業共同成長，其對工作崗位及企業之認同，為一大誘因，惟前提當然為對員工各項福利之照顧需有完善之制度，自不待言。

### 四、加強客製化金融商品之研發、行銷能力，以擴大業務區隔，增加

營業收入：

在資訊大量快速流通下，新種商品研發後，在很短的時間之內就會變成眾所皆知的常識，其他競爭者很快就會跟進。於此競爭環境下，企業需有能力提供更趨近於客製化要求的產品或服務，以滿足不同消費者的不同需求，才能與競爭者產生足夠的差異。觀之國內銀行業紛紛設立理財專員、財務行銷部門（TMU；Treasure Management Unit）均係針對客戶之資金狀況、產品偏好、風險承擔能力等作客製化之商品規劃。客製化時代，企業需要更精緻化的行銷功能，具有前瞻性的行銷觀念與做法，是身處客製化時代亟需在行銷上突破的思維方向。

## **BANKERS WITHOUT BORDERS ACADEMY 2003**

San Francisco, CA, and New York, NY, September 21 – October 1, 2003

### **PROGRAM OVERVIEW**

#### **VENUES**

**Part One:** San Francisco, California  
Sunday evening, September 21 to Friday September 26, 2003

**Part Two:** New York, New York  
Monday September 29 to Wednesday October 1, 2003

#### **PROGRAM FOCUS**

The program provides an overview of Bank of America's businesses, organization, operations, culture, technology, history and heritage, as well as developments in the US and global banking industry. The program covers retail as well as wholesale banking but is not intended to provide technical expertise in any specific functional area.

The two parts of the program complement each other and cover different aspects of Bank of America's businesses. We do not recommend attending only one part of the program since neither part is designed to stand alone.

#### **PARTICIPANTS**

The program is aimed at mid-level managers and functional specialists looking to broaden their perspective and understanding of the US banking environment, developments in the banking industry and how a major US and international bank goes about its business.

#### **PROGRAM COST**

There is no program fee and breakfast, lunch each day and two dinners are provided as part of the program. However participants pay their own travel, accommodation and other dinners not provided.

#### **ACCOMMODATION**

Accommodation will be available in San Francisco for arrival on the Saturday preceding the start of the Program until the following Saturday, and in New York from that Saturday until the following Thursday.



## **HOTELS**

In **San Francisco**, the hotel will be near the downtown area, close to the financial district where the San Francisco part of the program will be based, and a short walk from the theater district and major shopping areas. The group rate negotiated for the Program is \$170 per night including tax. This rate is substantially lower than would be available to the casual traveler.

In **New York**, the hotel will be in mid-town Manhattan, close to all amenities and a short ride to the Bank of America office where the New York part of the program will be based. The cost per night is expected to be about \$245, a reasonable rate for a comfortable, but not luxurious, mid-town Manhattan hotel in a good neighborhood.

Participants are of course welcome to make their own hotel arrangements, though we recommend using "our" hotels. We will not be able to advise on other hotels. We strongly recommend arriving in San Francisco at least 24 hours before the start of the Program to help overcome the effects of jet lag. Once a nomination is confirmed, Bank of America in San Francisco will communicate directly about travel dates and accommodation requirements.

**BANKERS WITHOUT BORDERS ACADEMY 2003**

San Francisco, CA, and New York, NY, September 21 – October 1, 2003

**DRAFT AGENDA**

**Part One: Sunday September 21 – Friday September 26  
SAN FRANCISCO**

*Day 1: Sunday September 21*

- 6:30 - 9:30 Welcome Dinner

*Day 2: Monday September 22*

- 9:00 Program Overview
- 9:30 Bank of America's History and Heritage
- 10:45 Bank of America Today: Organization, Structure and Financials
- 12:30 Lunch
- 2:00 Consumer Banking: Banking Center Organization and Structure
- 4:00 Commercial Banking (1): The Commercial Banking Relationship
- 5:00 End of Day Two

*Day 3: Tuesday September 23*

- 9:00 Global Client Services:  
Account Administration, Money Transfer and FX Processing
- 12:00 Lunch with Global Client Services Officers
- 2:15 Know Your Customer: Identifying Fraud and Managing Security
- 3:30 Money Laundering: What to Look for and How to Prevent It
- 5:00 End of Day Three





**PERSPECTIVES** Bank of America Seminar

**Day 4: Wednesday September 24**

- ☉ 9:00 **Commercial Banking (2):  
Credit Framework and Process and Marketing Commercial Banking**
- ☉ 12:00 **Lunch**
- ☉ 2:00 **Retail Operations Center:  
Item Processing, Statement Preparation, Tracing and Adjustments**  
**The Bridge: Managing the Bank's Data Centers**
- ☉ 4:30 **Bus back to hotel and end of Day Three**

**Day 5: Thursday September 25**

- ☉ 9:00 **Banking on the Internet:  
Developments in E-Commerce, Consumer Banking, Cash Management,  
and Corporate and Commercial Banking**
- ☉ 12:30 **Lunch**
- ☉ 2:00 **Sightseeing bus tour of San Francisco**
- ☉ 5:00 **Bus back to hotel and end of Day Four**

**Day 6: Friday September 26**

- ☉ 8:30 **The Financing of International Trade,  
Developments in Trade Finance, and  
Global Trade Capabilities**
- ☉ 11:30 **Conclusions, Questions and Answers  
and Briefing for New York Program**
- ☉ 1:00 **Closing Lunch with Senior Managers**
- ☉ 3:00 **End of San Francisco Program**

**Weekend: Saturday September 27 and Sunday September 28**  
**At leisure and traveling to New York**



**Part Two: Monday September 29 – Wednesday October 1  
NEW YORK**

*Day 7: Monday September 29*

- ⦿ 8:45      **Introductions and Welcome to New York**
- ⦿ 9:30      **Operations at Bank of America New York**
- ⦿ 10:15     **U.S. Dollar Payment Systems  
Payments: Risks and Trends**
- ⦿ 12:00     ***Lunch with Account Administrators***
- ⦿ 2:00      **International Money Transfer and Tour**
- ⦿ 3:30      **Tour and presentation at Federal Reserve Bank**
- ⦿ 5:00      ***End of Day Seven***

*Day 8: Tuesday September 30*

- ⦿ 8:45      **Account Administration and Customer Service**
- ⦿ 9:30      **Meetings with Account Administrators for participants' countries**
- ⦿ 10:30     **Products and Services for Financial Institutions**
- ⦿ 12:00     ***Lunch***
- ⦿ 1:30      **Trading Operations at Bank of America and  
Tour of Trading Room**
- ⦿ 2:15      **Global Capital Markets and  
The Global Economic Outlook**
- ⦿ 3:00      **Corporate and Investment Banking**
- ⦿ 5:30      ***Dinner followed by  
Broadway Show***

*Day 9: Wednesday October 1*

- 9:30      **Trade Banking Operations**
- 10:15     **Continuous Link Settlement**
- 11:00     **Structured Trade Finance**
- 12:30     **Lunch and Closing Ceremonies**
- 2:30      **End of program**  
**Sightseeing tours of New York – optional**

## Bank of America Purchase Order-to-Pay Service

As an importer or exporter, you are familiar with the age-old premise in international trade: buyers do not want to pay for goods until they've been shipped and sellers do not want to release goods until they have been paid for. Our Purchase Order-to-Pay Service can solve this dilemma for both buyers and sellers by automating and linking your trade activity into an end-to-end payment and settlement process.

---

### Re-engineering the Financial Supply Chain

For the past 10 to 15 years, importers have invested large sums of money to improve the efficiency of their physical supply chains, moving goods across borders with increased speed and lower costs, to meet the demands of an increasingly competitive marketplace. In many instances the benefits of an efficient physical supply chain have fallen short of expectations because of the failure to link the movement of goods with the movement of money, or the financial supply chain.

Bank of America is committed to developing solutions to assist you in optimizing and integrating your supply chains. Our new Purchase Order-to-Pay Service can help reengineer your trading processes and unlock substantial amounts of working capital for you.

The Purchase Order-to-Pay Service replaces paper-based functions with electronic processes and broadens settlement options by offering open account payments as well as traditional letters of credit. Purchase Order-to-Pay also links all of your supply chain partners

into an end-to-end payment and settlement process for increased transparency and visibility throughout the supply chain.

---

### Benefits of Purchase Order-to-Pay

Our Purchase Order-to-Pay service offers you several benefits:

- **Simplified payment process** – If you are an importer, you no longer have to manage reconciliation of purchase orders to invoice, packing lists and other shipping documents manually. Purchase Order-to-Pay eliminates these time-consuming tasks by automating your cross-border trade payment process using business-matching rules. Purchase Order-to-Pay also can handle multiple payment terms and can be integrated with major Purchase Order and ERP systems that you use today.
- **More certainty and assurance of payment** – For exporters, the major disadvantage of moving to open account terms is that you lose the payment

guarantee offered by letters of credit. With the Purchase Order-to-Pay payment assurance option, subject to credit line availability, you are guaranteed payment as long as compliant documents are presented to Bank of America.

- **Flexible financing** – Another concern of exporters who are considering the move to open account is the availability of financing in the absence of a letter of credit. Upon request, you have the ability to receive pre- and post-shipment financing against qualified open account transactions, subject to credit availability.
- **Enhanced security and control** – Security is a major concern when transmitting financial data electronically. To help you maintain the integrity of your documents, all Web-based services offered by Bank of America have rigorous security standards, including browsers with 128-bit encryption, server-side digital certificates, firewalls and user access controls.

---

**How Purchase Order-to-Pay works**

The importer transmits or uploads a file of purchase orders to Bank of America. Files can be accepted in a variety of formats and can be sent through various electronic channels (Internet or VAN). In the transmitted file, the payment type for each transaction is flagged as either "letter of credit" or "open account." Purchase orders are housed in an electronic database at Bank of America, establishing the conditions a vendor must meet to receive payment.

If the transaction is flagged for settlement by letter of credit, purchase order detail is used to issue a traditional letter of credit to the beneficiary. Both letter of credit and open account transactions are available electronically to all trading partners who have been granted access to Bank of America Direct<sup>®</sup> Trade Direct, our Web-based trade management system.

---

**Data matching and payment feature**

As goods are manufactured and shipped, vendors present documents to Bank of America for payment. Presentations may be in paper or electronic form or a combination of both. Key data elements in the seller's documents are matched with purchase order data, using an automated mapping engine for electronic presentations or document checkers for paper presentations.

If conditions match, payment is made immediately for a letter of credit or open account with the "auto-pay" feature. Payment for all other open account payment types is made immediately after the importer has given approval. If the matching process fails, discrepancy details are transmitted to the importer for resolution. Once payment is triggered, details can be sent electronically to both the importer and vendor.

---

**Open Account Payment Types**

The Purchase Order-to-Pay platform supports three open account payment types:

- *Buyer Approved, No Conditions Matching* -- The purchase orders contain instructions to present documents to Bank of America. When presented, we convert paper documents into a previously agreed upon electronic format that can be processed automatically by the importer. Once the importer receives the electronic invoice, the importer matches details to underlying purchase orders and decides when and how much to pay.
- *Buyer Approved, with Conditions Matching* -- The purchase orders are sent to both the seller and Bank of America or only to Bank of America with instructions to advise the vendor of the purchase order. As export

documents are received, Bank of America matches shipment data with purchase order data in accordance with parameters established by the importer. Both compliant and non-compliant presentations are transmitted to the importer for approval to pay.

- *Bank Approved, with Conditions Matching (Auto-Pay)* -- This option is similar to the "buyer approved" option, except Bank of America automatically pays against transactions where data matches within agreed tolerance limits and based on the availability of funds (straight-through processing). If a match is not established, discrepancy details are transmitted to the importer to be resolved with the seller prior to payment.

---

**It pays to have Purchase Order-to-Pay**

With Bank of America Purchase Order-to-Pay, you improve communication and data exchange with your trading partners and move one step closer to a seamless process that fully synchronizes the movement of goods with the exchange of trading documents, financial data and funds.

Call your global treasury management representative today to obtain more information about the advantages of our Purchase Order-to-Pay Service.

## Callable LIBOR Range Accrual Notes

**Global Derivative Products  
Banc of America Securities LLC**

Banc of America Securities LLC provides investment banking and securities products domestically and, on a limited basis, offshore. Other products and services, including products and services that may be referenced in the accompanying materials, may be provided through affiliates of Banc of America Securities. Banc of America Securities prohibits employees from offering a favorable research rating or specific price target or changing a rating or target to get a mandate and Banc of America Securities prohibits research analysts from being compensated for involvement in investment banking transactions except to the extent that such participation is intended to benefit investor clients. Copyright 2002 Banc of America Securities LLC. Banc of America Securities LLC, member NYSE/NASD/SIPC, is a subsidiary of Bank of America Corporation.

**NOT FDIC-INSURED**

**May lose value**

**No bank guarantee**

**Banc of America Securities**

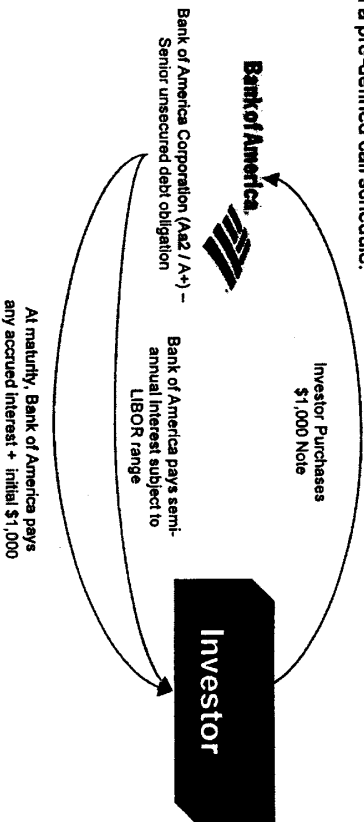






## Callable LIBOR Range Accrual Note

A Callable LIBOR Range Accrual Note is an investment whereby an investor receives a coupon for every day that six-month LIBOR is within a pre-defined range and no coupon (0.00%) for every day that six-month LIBOR is outside the pre-defined range. Furthermore, the note is callable by an issuer at par plus accrued interest on a pre-defined call schedule.



### ◆ Semi-annual or Quarterly Coupon formula

> Semi-annual or Quarterly Coupon =  $\$1,000 * 6.50\% * [\# \text{ of days in the range} / 365]$

### ◆ Payoff at any Call Date or Maturity Date

>  $\$1,000 + \text{Semi-annual or Quarterly Coupon (if any)}$

NOT FDIC-INSURED

May lose value

No bank guarantee

Bank of America Securities



## 本國金融控股公司設立情形表

資料來源：財政部金融局

製表日 92.8

金融控股公司名稱	本部核准 設立日期	開業日期	資產 (92.6.30 該公司自行 申報數，單 位億元)	淨值 (92.6.30 該公司自行 申報數，單 位億元)	子公司
第一金融控股公司	90/12/31	92/1/2	15,027	617	第一銀行、明台產險、一銀證券、建弘證投信
兆豐金融控股公司	90/12/31	91/2/4	16,726	1,465	交通銀行、倍利國際證券、中興票券、中國國際商業銀行、中國產險、兆豐國際證投信
華南金融控股公司	90/11/28	90/12/19	14,001	627	華南銀行、華南永昌證券、華南產險、華南票券、華南永昌證投信
國票金融控股公司	91/2/8	91/3/26	1,816	229	國際票券、國票綜合證券
日盛金融控股公司 (上櫃)	90/12/31	91/2/5	2,427	294	日盛證券、日盛銀行
復華金融控股公司	90/12/31	91/2/4	2,887	373	復華證金、復華證券、復華銀行、復華期貨、金復華證投顧、金復華投信、復華創業投資公司、復華資產管理公司、復華財務管理公司
富邦金融控股公司	90/11/28	90/12/19	12,581	1,397	富邦銀行、富邦證券、富邦產險、富邦人壽、富邦證投信、台北銀行
國泰金融控股公司	90/11/28	90/12/31	21,700	1,134	國泰人壽、國泰世紀產險、國泰銀行、世華銀行
新光金融控股公司	90/12/31	91/2/19	6,500	246	新光人壽、新壽證券、新壽保險經紀人公司
玉山金融控股公司	90/12/31	91/1/28	3,190	248	玉山銀行、玉山證券、玉山票券、玉山創業投資公司、玉山保險經紀人公司

台新金融控股公司	90/12/31	91/2/18	5,889	518	台新銀行、台新票券、台證證券、台新資產管理公司、台新行銷顧問公司
中華開發金融控股公司	90/11/28	90/12/28	2,740	1,293	中華開發工業銀行、菁英證券、大華證券
建華金融控股公司	90/11/28	91/5/9	4,741	440	建華銀行、建華證券、建華客服科技公司、建華管理顧問公司、建華創業投資公司、建華人壽保險代理人公司、建華財產保險代理人公司、建華行銷顧問公司
中國信託金融控股公司	90/11/28	91/5/17	9,517	816	中國信託商業銀行、中信銀綜合證券、中信保險經紀人公司、中信創投公司、中國信託資產管理公司