

合规在线

——辨析“签字盖章”条款的法律风险

法律与合规部 林鸿燕

合同在文本最后基本都会约定生效条款,我行的合同文本也不例外,但是约定的形式却是各式各样:“本合同自签字盖章之日起生效”、“本合同自签字、盖章之日起生效”、“本合同自签字章之日起生效”……那么“签字盖章”“签字、盖章”“签章”究竟是什么意思?是需要签字并盖章合同才生效?还是签字或盖章合同都可生效?估计大部分业务操作人员并不知道。

一、合同成立和合同生效的区别

合同的成立,是指当事人通过要约和承诺的方式对合同的主要条款达成合意而建立契约关系。《合同法》第25条规定:“承诺生效时合同成立。”合同成立的本质是双方当事人关于债的关系达成意思表示一致。《合同法》第32条规定:“当事人采用合同书形式订立合同的,自双方当事人签字或盖章时合同成立。”我行的合同都是采用合同书形式订立的,但是第32条只是规定了一般的合同成立要件。合同的成立并不意味着合同的生效。

合同的生效,是指已经成立的合同在当事人之间产生法律效力。合同只有具备了一定的要件以后才能生效,才能受到法律的保护,并能够产生当事人预期的法律后果。这就要求:1.行为人具有相应的民事行为能力;2.意思表示真实;3.不违反法律、行政法规的强制性规定,不违背公序良俗。《合同法》第44条第1款规定:“依法成立的合同,自成立时生效。”同时,我国合同法允许当事人通过设置条件或期限来控制合同的效力。《合同法》第45条第1款规定:“当事人对合同的效力可以约定附条件。附生效条件的合同,自条件成就时生效。附解除条件的合同,自条件成就时失效。”第46条规定:“当事人对合同的效力可以约定附期限。附生效期限的合同,自期限届至时生效。附终止期限的合同,自期限届满时失效。”那么,“合同自双方当事人签字或盖章之日起生效”等类似条款是否属于双方当事人约定的生效条件之一,从而影响合同的效力?

二、“签字盖章”是指“签字并盖章”还是“签字或盖章”?

案例:北京大有克拉斯家具商城与中国机床总公司等进口代理合同纠纷再审案

争议焦点:涉案双方签订的《协议书》上约定“此协议双方签字盖章后生效”,一方仅加盖印章而没有签字是否影响协议的效力。

根据最高人民法院的判决:《协议书》上盖有单位真实的公章,虽无法定代表人或其委托代理人的签字,但足以表明《协议书》是其真实意思表示的,《协议书》有效。从最高院对此案的判决可以看出合同或协议只要具备合同生效的实质要件和形式要件,尽管双方约定“自签字盖章后生效”,但在实践中仅签字或者仅盖章也不影响合同的效力。但是我国并非英美法系,最高院判决的案例仅具有指导性,不同的案件还是要根据案件的事实具体分析。

三、“签字、盖章”是指“签字并盖章”还是“签字或盖章”?

案例:浙江顺风交通集团有限公司与深圳发展银行宁波分行借款合同纠纷上诉案

争议焦点:双方当事人约定“协议在双方当事人签字、盖章时生效”。关于该协议中“签字、盖章”之间的顿号应如何理解,即签字与盖章应同时具备还是具备其一即可认定协议生效。

最高人民法院认为双方当事人签订的协议中所表述的“签字、盖章”中的顿号,是并列词语之间的停顿,其前面的“签字”与后面的“盖章”系并列词组,它表示签字与盖章是并列关系,只有在签字与盖章均具备的条件下,该协议方可生效。另从双方当事人签订的协议内容看,其专门设定了双方加盖公章与负责人签字栏目,在该协议中宁波分行既签署了负责人姓名也加盖了单位印章,而顺风公司仅有法定代表人签名未加盖单位印章。由于顺风公司未在协议上加盖单位印章,不具备双方约定的生效条件,故认定该协议未生效。

案例:肖广学与广州七喜集团有限公司、关玉婵股权转让纠纷案

争议焦点:《股权转让协议书》约定:“本协议书自甲乙双方签字、盖章后生效。”协议书由甲方法定代表人易贤忠和乙方肖广学签字,但未加盖甲方公章,协议书是否生效?

广州市中级人民法院认为法定代表人在行使职权时,其行为所产生的法律责任由公司承担。该案中,易贤忠在《股权转让协议书》上以甲方七喜集团公司法定代表人的身份在“转让方”处签字,显然是职务行为,该行为所产生的法律后果自然约束七喜集团公司。此举应视为七喜集团公司已与肖广学达成股权转让的合意,并自愿受此协议的约束。且七喜集团公司从未否认过该《股权转让协议书》的效力,并接受了肖广学的股权转让款,以实际行动履行协议的行为进一步认可了易贤忠作为公司法定代表人签署协议的效力和法律后果,故认定该《协议书》生效。

综上,“签字、盖章”究竟是要两者兼有还是二者择一要根据具体的案例进行分析。

四、我行的合同文本应严谨约定生效条款

“合同自……之日起生效”应视为合同当事人对合同约定的生效条件,该条款影响合同的效力。从上述三个案例中可以看出不管是“签字盖章”,还是“签字、盖章”均具有争议性,很可能会导致案件经历一审二审甚至是再审。我行的合同还有约定为“自签章之日起生效”的情形,以上的表述均为有争议的约定,从合同严谨性的角度出发,更重要的是避免因该条款的模糊约定而将我行卷入诉讼纠纷,我行的合同应当使用“本合同自签字或盖章之日起生效”“本合同自签字并盖章之日起生效”“本合同自法定代表人/有权代表人签字或盖章并加盖公章之日起生效”等明确的条款。

管理经验谈

——以正邦集团授信业务为例

南昌分行 陶珊

管理是一门学问,是在一个有共同目标的组织中对组织中的人与事进行计划协调的工作。人与组织的关系,其实就是与人的关系。人离开一个组织是因为要离开某些人,人加入一个组织也是因为某些人。作为管理者不但要管好自己,更需要带好团队,增强团队战斗力、执行力、凝聚力。

我管理的经验,简单说就是六个字:抓大,放小,管细。抓大简而言之就是着重管理大事。我眼中的大事首先就是团队的精、气、神;其次就是支行组织框架、业务营销方向、业务营销难点等。放小是指充分授权,充分授权行长助理、会计主管,充分尊重他们的意见与工作安排。管细是指要有严格的监督。放权不代表听之任之,更要进行有效监管。加强监督检查力度,不被表面现象所蒙蔽,强化管理人员的危机意识,对一些不良现象及时采取措施制止。

对于一个支行来说,要想做好业务、做出成绩,首先要做的就是加强团队建设,提升团队的精气神。简而言之,就是聚人心,安民心,要让大家有信心、有决心。做为一个管理者,需要给团队制定一个共同的目标,使大家凝心聚力,朝着一个方向努力。同时也需要给大家承诺和信心,使员工相信付出就一定会有回报。

口号要喊,但实干更重要,口号加实干才能见效。口号过后,员工需要看到希望、有切实的成果才能让他们安

心,才能坚定他们的信心。刚到南昌县支行不久,我就用我自己的实际行动,赢得大家的认可。在工作方面,我带头努力,一路攻坚克难,用实实在在的成果向大家证明所言不假。几个月下来,南昌县支行团队面貌焕然一新,在业务发展方面也屡出成果,成功营销正邦集团业务就是成果之一。

正邦集团是国家农业产业化重点龙头企业,江西正邦科技股份有限公司是江西省民营企业第一家上市公司,企业综合实力较强,是本地各家金融机构竞相争抢的客户;上市公司正邦科技一直以来和各家银行保持着良好合作关系,九江银行作为后来者,面临的营销难度非常大。但我们并不退缩,首先我明确目标,对症下药,搭建好业务框架;其次,由各环节相关人员进行落实;最后,进行业务完善和总结,将业务完美落地。

在我看来,人是最关键的,谈业务需要攻克了核心人物才能达成合作意向,做业务同样需要业务人员的支持才能真正落地。我首先向客户展示我的诚意,传递我真诚合作的意愿,甚至早上6点多驱车1个多小时就是为了赶在客户上班之前先到他办公室门口等,给客户传达出我的重视及诚意。就是这样循序渐进,不辞辛苦,不求一蹴而就,最终通过以点带线、以线带面的方式,谈成合作方案。虽然业务大的框架已经谈成,但离业务落地还差很多工作要做。在这一方面,我充分放权给支行行

长助理、客户经理及柜员,充分相信他们的能力,充分支持他们的工作。让他们感受到那一份信任,感受到那一份的责任,让他们充分发挥自己的主观能动性。正邦集团批量贷款业务工作量巨大,涉及的客户众多,面临情况也多变,但我全权交由两位行长助理负责,由他们具体负责业务涉及的各个方面及相关工作安排,事实证明,在不受约束的情况下,更能调动员工的积极性,提高工作完成度。

当然放权并不意味着不管不顾、不闻不问,我时刻关注他们的进度,关心他们的状态,关心他们的士气,适时地予以指引,适时地予以鼓励,适时地予以奖惩。在办理正邦集团批量贷款时,行长助理需及时向我汇报工作进度;对于工作安排的框架,我也加以关注,如有不妥也适时地给予我的建议;因为任务繁重,天天加班,周末无休,时间长了大家都有些疲惫,士气也越来越低迷,我就适时地给他们鼓励打气,有时也陪着他们一起加班至深夜。

管理支行是一个非常复杂的事情,管理是具体的,需要落实到每个细节。管理日本人的方法,不一定适合美国人;管理工程师的方法,不一定适合管服务员;管理柜员的方法,不一定适合管客户经理。关键还是把人当人看,以情感动人。以真诚善良的心对待员工,以严格的规章制度约束员工,就一定能够摸索出一套属于自己的管理方法!

作为银行营销的主力军——客户经理,无论是初次拜访陌生客户,还是对老客户进行回访,或者是针对目标客户群体进行专项邀约,我们都免不了要跟客户做电话营销。但很多客户经理在电话沟通中,经常会面临两种困境,一是拿起电话思绪混乱,自己不知从何说起,二是放下电话头脑空白,客户不知所云。作为一名银行的职业客户经理,如何与客户进行专业有效的电话沟通?笔者就自己工作中积累的一些经验跟大家共同做一下分享。

第一步,通话前,知己知彼,了解通话对象。制作一张通话信息表格,将客户的姓名、性别、年龄、职业、爱好等基本信息罗列在表格内,对客户有一个大致的了解,同时写一个简易的通话提纲,说明本次通话希望达到的目的;通话时既要选择客户方便接听通话的时间段,通话地点要在行内安静区域,同时检查通话线路是否畅通,注意首次联系客户尽量使用单位座机,可以增加客户的信任度和方便客户回访。

第二步,通话时,耳听八方,注重听众感受。拨打电话时,保持积极愉悦的状态,面带微笑,电话接通后,音调语速要适中,第一时间清晰确定对方身份,确定电话是客户本人后,表示叨扰歉意后立刻表明自身身份,重点告知来电意图,打消客户的疑虑和不信任。更要注意倾听客户情绪反应,决定继续通话还是随后再联系,结束时有礼貌向客户表示接听感谢,及时发送客户经理个人联系方式给客户惠存,并保存备注客户电话,以便下一步的精准营销联系。

第三步,通话后,记录整理,做好台账登记。在客户挂断电话后轻轻放好电话,及时补充更新通话信息表格,做好电话营销台账,把联系时间,客户意向、特殊诉求等信息做详细记录,为下次

电话营销、客户来访做好准备工作。

作为客户经理营销中较难的电话营销,如何通过简短的通话取得与客户进一步沟通的营销机会?总结起来,唯有坚持以客户为中心、换位思考的服务心态,同时掌握好沟通时机和电话技巧,才能在语言交流中取得客户的初步信任,为面谈营销客户打好坚实基础。笔者在此整理两个电话营销话术模板,对新客户拜访和老客户邀约做一个演示,以作抛砖引玉之用。

模板一:电话营销案话术(客户拜访类)

A:您好,打扰您了,请问是**先生(女士)吗?

B:是的

A: *先生(女士),我是九江银行客户经理**,冒昧打扰到您,因为您是银行界的优质客户群体,我们希望能拜访您,介绍下我行针对您设计的**金融产品和服务,请问您什么时候方便呢?

B:好的

A:谢谢您,那我们会在*时间段到*来拜访您,随后我将发送一条联系信息给您,九江银行期待与您合作,祝您工作愉快,再见。

模板二:电话营销案话术(产品推介类)

A:您好,打扰您了,请问是**先生(女士)吗?

B:是的

A: *先生(女士),我是九江银行客户经理**,因为您是我行的优质老客户,我们才打电话给您,我行近期新推出了一款**产品,可以更方便为您的财富保值增值,请问您近期方便来我行了解吗?

B:好的

A:随后我将发送一条联系信息给您,来时请到大堂或者理财专区咨询办理。感谢您的接听,九江银行伴您共同成长,祝您生活愉快,再见。

浅说万达拓客理念与零售业务发展联系

新余分行 林康

九江银行的企业文化中有一句话:客户第一,服务卓越。客户是上帝,更是衣食父母,服务客户是银行生存的唯一理由,任何时候都要以满足客户的需求为己任。九江银行是一个企业,而企业的核心是创造利润,而利润的来源是哪里呢?客户至上。通过学习万达拓客理念,给予了分行零售业务发展很大启发。

鲜活的客户

众所周知,目前银行业是高度竞争的,产品同质化严重,而在价格产品类似的情况下客户又凭什么选择九江银行呢?

首先,可以对客户进行特征分析,因为零售网点主要分布在人口密布的商圈和社区,因此可以以社区及商圈的人口特征分布为线索,将绝大部分的零售银行客户细分为中老年客群、亲子家庭(美吉姆)、空巢青年(直销银行)等。而现今我行许多网点开业至今零售存款裹足不前,很大程度上和没有对客户群体细分有关。判断网点的客户群体大多数是哪一类,找出相应的针对性措施,客户与客户之间的口碑宣传成功率一定是高于陌生拜访的成功率。

客户地图

客户地图是指以客户分析为立足点,编制客户生活工作区域图及行业工作区域图,并列出目标客户的详细清单。我们要合理利用银行的品牌优势和地理优势,整合周边消费类商户的优惠资源,向潜在客户进行推广,通过各类消费优惠的附加值来吸引客户。主要操作方法是了解客户的生活习惯,开展异业合作,整合周边社区和商圈的商户资源,把周围商户的团购和打折服务进行整合,梳理成为专属服务或产品后,在服务能够覆盖的客户群体中进行宣传。再结合我行的优势产品吸引客户,增强客户与银行的黏性。以中老年客群为例,可专门定制活动方案,与旅行社、舞蹈社、社区医院、中医等异业商户合作,开展系列主题活动。

以我行社区支行为例,可专门针对社

区附近的菜市场、超市、学校、医院等人流量比较密集的地方按时间、区域重点划分。比如菜市场早上人流量比较多,集中度比较高,适合一早宣传我行定期理财产品。学校则是下午放学后家长等候那段时间为黄金时间,医院宣传则以易得金为主,这些都是不断探索的宣传方法。

创意为先

信息爆炸时代,无论何种形式的推广都讲究创新、吸引眼球,形成主动关注并传播,一个好的创意可以达到事半功倍的效果。例如在商场超市及社区定点巡展开展“转发朋友圈参加抽奖”的活动,一方面增强展点人气,另一方面拓宽产品信息的传播面,并通过“积攒赠礼品”的形式让客户对网点进行二次接触,从而更好的挖掘客户。

银行早已过了等客上门的时代,我们应积极主动筹划客户价值提升活动,提升获客效率和客户贡献度。优势的金融产品,优惠便利的非金融服务资源,这样的信息如果无法传达给客户,就无法获客和增加既有客户的价值。因此,我们需要根据客群的特点及需求,筹划有针对性的活动来吸引客户。银行需要在每次活动覆盖的人群中,找出哪些是意向客户,并进行重点跟踪。同时,活动是一个话题,与客户沟通的话题;是一个平台,与客户沟通的平台。我们要学会在活动覆盖人群中找出意向客户,使其成为我们高粘度价值客户,并凭借互联网平台,通过微信号、手机APP持续向客户推送最新活动资讯,让几乎不走进网点的客户通过线上平台的互动增加交流互动。

零售业务是一项长期艰苦,需要持之以恒并不断创新的工作,仅靠个人的单打独斗无法形成规模效应。当九江银行所有员工积极主动参与到零售条线规划及建设中,零售业务就能迎来自身的重大突破。

说一

说客户经理的电话营销技巧

吉安分行

刘凯