



热门文章

用多元线性

何加强会计

国外汇储备

间借贷利率

国衍生金融

章

章

品市场竞争

业银行走混

国存款保险

国创业板市

华夏并购案

[2008年7月]浅谈商业银行个人理财业务的发展

【字体 大 中 小】

作者: [王 林] 来源: [本站] 浏览:

个人理财业务作为我国商业银行新的业务领域,肇始于1996年,近几年日渐兴盛,并逐渐成为竞争的热点。个人理财业务作为银行业务发展的新的利润增长点,在改善银行资产结构、提量、增加银行收入等方面均有着重要的意义。

一、我国商业银行个人理财业务存在问题

(一)国家政策法规层面存在的限制

1. 外汇管制限制商业银行个人理财业务发展。尽管我国一直在积极探索外汇管理体制改革之1、QDII等试点都取得了良好的成效,但到目前为止,我国实行“人民币经常项目可兑换,资本管制”的政策,在一定程度上限制了商业银行个人理财业务的创新与发展。如我国对资本证券投资实行管制政策,证券资金流出管理严格,渠道有限。除外汇指定银行可以买卖境外非券、经批准的保险公司的外汇资金可以自有资金形式开展境外运用外,其他境内机构和个入资境外资本市场。这些都限制了我国商业银行利用全球金融平台实现个人理财业务的发展与2. 利率管制限制商业银行个人理财业务发展。与多数西方国家实行完全市场化的利率浮动机制我国实行央行利率管制体制。近年来央行虽然对利率定价机制进行了系统改革,利率的市场来越高,但央行对利率的定价权并没有下放。使商业银行在设计个人理财产品的利率套期保互换交易方面很难操作。一定程度上限制了商业银行个人理财业务的发展。

(二)个人理财市场层面存在的问题

1. 个人理财范围比较狭窄,产品同质化严重。国外商业银行个人理财业务比较齐全,不仅包财,还包括生活理财等。理财业务也不简单以销售理财产品为惟一内容,而是以客户为中心规划,个人只要将其财产状况、预期目标和风险能力告诉银行,银行就会为你量身定制理财至代为操作,并通过跟踪绩效评估,不断进行修正。国内银行提供的理财服务,目前还停留在、便捷银行服务,理财信息传递等低端服务上。理财产品,相对范围比较狭窄,多局限于、基金等的简单组合,不同商业银行之间的理财产品同质化现象严重,各自的理财产品大而真正针对特定客户群体的需要,体现“以市场为导向,以客户为中心”现代商业银行经营计的个性化、人性化的个人理财产品相对缺乏,考虑特定客户需求的理财产品相对较少,尚客户进行全方位的理财规划的水平。在产品的创新与研发上,投入不够,缺乏个性化,品牌理财产品。当一种产品热销,很快的就有其他类似的产品出现在市场。如中行推出“汇聚宝财产品,一度热销,很快其他银行也纷纷效仿推出“某某宝”、“某某宝”的相似产品。招出“一卡通”综合账户业务,很快各银行间叫“一什么通”的产品比比皆是。

2. 没有建立统一的理财行业规范。没有统一的理财行业规范,也是影响我国个人理财业务发之一,我国的个人理财业务是近十年发展起来的新兴业务,相关的法律,法规尚未健全。目导意见的法律不多,商业银行办理理财业务主要参照2005年11月1日起颁发施行的《商业银行业务管理暂行办法》和《商业银行个人理财业务风险指引》两部法规。没有像西方发达国家从行业范围,到人员培训,到从业人员资格认证,到业务开展流程等系统相关的行业规范。易造成理财市场的混乱,而且也不利于个人理财业务的健康有序发展。

(三)商业银行服务层面存在的问题

1. 缺乏理财专业人才,服务水平低下。个人理财业务是新兴的金融业务,涉及到财务、会计法律、投资、银行、证券、保险等多方面理论知识。要求银行从业人员知识面广、综合业务有丰富的实践经验。而我国商业银行长期处于分业经营状态,缺乏跨金融领域的复合型人才人员大多是从传统银行业务转型而来,专业素质相对较低,对真正意义上的理财业务缺乏了提供的个人理财服务仅仅局限于产品推销和低层次的业务介绍,有些理财人员甚至对其所管都不能全面的熟悉。

2. 网点功能单一,无法适应理财业务发展需要。虽然,近年来我国商业银行在经营机制改革再造等方面做了大量的探索,银行网点的功能正逐渐向营销型综合服务转换,但与西方发商业银行相比,还存在较大的差距。这很大程度上影响了个人理财业务的发展。国内商业银普遍存在服务功能单一,营销能力薄弱的问题,这与我国商业银行一直将负债业务与资产业务和计划经济模式有关,传统模式下银行的网点仅办理负债业务和小量中间业务,且以柜面服是一种“等客上门”的经营模式,业务单一,营销人员少或根本无营销人员。这种模式很难理财业务这种强调,个性化,专业性业务的发展。

3. 缺乏有效的客户关系管理系统支持。西方商业银行开展个人理财业务的背后就有一个强大的基于现代信息、计算机技术的客户关系管理系统支持。该系统至少包括两个模块:(1)客户信息分析模块,可以帮助理财经理全面的分析客户的各方面情况,以便提供更好的,提供个性化服务;(2)理财产品决策模块,可以帮助理财经理,进行各种理财产品的分析与组合,从而找出适应客户需求的个性化产品。客户关系管理系统非常有效的帮助西方商业银行理财经理服务好各层客户。而我国商业银行这方面的建设明显的投入不足,有些商业银行虽然也开发了客户关系管理系统,但也仅仅是简单的客户信息的储存,很难做到有效的分析与决策。

二、我国商业银行个人理财业务发展策略

(一)更新理财理念,树立以客户为中心的理财服务核心理念

中国银行业与国外银行最大的差距在于服务。客户是银行的生存之本,银行的一切收益来自客户,客户是银行创造收入的源泉,商业银行要实现利润,就离不开客户。树立以客户为中心的经营理念需经历“客户至上”、“客户第一”、“客户满意”、“增加客户价值”四个发展阶段。“增加客户价值”阶段是目前较先进的理念,是指通过向客户提供产品和服务项目,使客户价值增加,让客户享受增值服务,体会到商业银行的服务物超所值。对银行来讲,就是通过提供高专业水准的服务,使客户资产价值增加,风险降低,运营效率提高,回报加大。国有商业银行当前的客户服务水平最多处在前两个阶段,离第四个阶段的要求还有相当的距离,而个人理财业务的核心理念也正是体现在增加客户价值这点上,所以国有商业银行还必须牢固确立“以客户为中心”的经营理念,从客户的需要而不是银行自身情况出发,根据不同客户的特点,以“度身定做”的方式为客户提供称心的服务,更好地满足客户的需要,用自己的专业服务为客户打理个人资产,增加客户价值。

120+ renowned advisors reveal what to buy and what to sell. Meet face-to-face with top investment experts. Acquire a global market perspective. Discover profitable investment insights...

120+ renowned advisors reveal what to buy and what to sell. Meet face-to-face with top investment experts. Acquire a global market perspective. Discover profitable investment insights...



(二) 创新经营机制, 顺应理财业务发展需要

1. 加强与非银行金融机构合作, 突破混业限制。个人理财业务涉及的领域, 包括零售银行、保险、基金、信托、证券、税务等, 不是单一金融机构的单一产品或服务所能满足的。我国目前的金融分业经营模式, 在很大程度上制约了商业银行个人理财业务的发展, 在当前分业模式无法转变的情况下, 商业银行为满足客户综合化的理财需要, 需做出许多变通和改革。通过与证券公司、保险公司、基金公司、期货公司等非银行金融机构的合作, 整合各方面的资源和专业, 进行各金融机构之间理财产品及服务的合作, 以实现个人理财业务的突破。
2. 拓展业务渠道, 单一银行平台向综合理财服务平台转变。国内银行原先的服务基本上以网点为单位, 服务渠道单一。个人理财的一个重要发展趋势就是由原来的单一型物理网点向全方位的网络型多渠道服务转变, 即通过银行内部、外部两方面渠道全面开展个人理财业务。内部渠道主要通过电子和物理两个通道来实现客户不受营业时间、营业地点限制的服务。物理渠道即传统的物理网点, 提供面对面的基础银行服务, 电子渠道主要指电话银行、网上银行、ATM机等基于信息技术、互联网技术等的电子银行渠道。客户对银行服务渠道的选择是以物理网络为依托, 以电子银行服务为扩展的一个随时、随地进行个人理财的服务全国乃至全球化的立体网络。
3. 加强行业规范, 资格认证。我国已于2005年成立了中国金融理财标准委员会, 并得到了国际金融理财标准委员会(FPSB)的认可, 成为其全球第二十一个成员。虽然业界一直争论的行业规范是沿用美国标准, 还是自建中国标准, 但这也无碍个人理财行业规范工作在中国的推进与发展。根据西方先进国家的经验, 我国个人理财业务市场要想进一步得到健康有序的发展, 加强行业操作规范, 加强人员资格认证是一条必经之路。

(三) 建设服务体系, 培训卓越理财服务平台

1. 加强客户关系管理。所谓客户关系管理, 就是指通过对客户行为长期的、有意识的施加某种影响, 以强化银行与客户之间的合作关系。客户关系管理旨在通过培养银行客户对银行产品和服务的持久兴趣, 留住他们并以此作为提升银行竞争力和经营业绩的一种策略与手段, 其目的已经从传统的以一定的成本争取新客户转向想方设法地留住老客户, 从追求短期利润转向追求客户的终身价值。客户关系管理是基于现代IT技术和计算机技术的一种新型的管理方式, 他在追求客户的终身价值最大化的目的是实现银行收益的最大化, 也就是说客户关系管理是通过数据库进行挖掘, 对市场进行细分, 针对不同的客户实行不同的营销策略, 从而达到银行和客户之间的双赢。
2. 强化客户经理制, 加强人才培养。为银行开展个人理财业务关键的客户经理应具备营销、保险、投资、税务、财会等领域的专业知识。银行在培养理财客户经理方面必须加大力度, 可引进西方的CFP认证体系或创新自己的理财经理培训体系。通过加大专业人才的培养, 使商业银行个人理财业务得到快速提升。客户经理提供的服务越专业, 客户关系越牢靠, 营销活动将越有成效。

(四) 加强产品创新力, 走多元化、个性化道路

目前国内商业银行的金融产品同质现象较为突出, 且真正适合银行理财服务的品种并不多。所以商业银行可以在不违反现行金融分业经营体制下进行金融产品创新。这方面银行凭借其广阔的服务领域, 深厚的客户基础, 丰富的服务经验, 以及众多的人才优势有很大的潜力可挖掘。首先, 加强理财产品和服务的整合, 近几年国内商业银行在零售产品的整合方面做了很多有益的探索, 如将银行卡构建成集存款、零贷、汇款、消费、缴费、理财、网银于一身的理财产品。其次, 加快理财新产品的创新, 重点是适应资本市场的发展, 如加强与其他金融机构的合作, 创新更多的投资型理财产品。与证券公司合作推广、完善, 银证理财产品, 与期货公司合作推出“银期”理财产品, 与保险公司合作推出“银保”理财产品等等; 还有开展黄金业务及其延伸, 适时推出存款工具证券化、有价证券质押贷款、住房贷款证券化, 期货、期权等衍生产品; 设计专门针对老年人的个人金融理财业务; 为高收入阶层合理避税设计一些金融产品等等。另外, 拓展网络理财也是非常好的创新。随着网络技术的发展, 网上银行的功能越来越全面, 网上银行以它方便、快捷, 跨时间, 空间的优点, 越来越得到客户青睐。高度自助化的网上核心服务平台, 为发展网络理财提供了条件。

三、结论

我国商业银行个人理财业务刚刚起步, 理财产品逐渐增多, 理财业务呈现从单一产品推销向综合理财服务发展的趋势。但与西方发达国家商业银行相比, 还存在一定的问题和差距, 这其中有国家政策法规上的限制, 市场环境上的不成熟, 银行组织结构上的缺陷, 以及服务理念 and 水平上的落后等原因。国内商业银行要突破限制, 必须更新观念, 树立以客户为中心, 以服务为导向的服务理念, 创新经营机制, 加强营销策略, 加大服务体系, 增加科技投入和产品创新力度, 实现个人理财业务飞跃发展。

参考文献:

- [1] 吕全波 商业银行个人理财业务管理办法与风险控制实施 [M] 中国知识出版社 2005年第一版
- [2] 薛和生 杨佩丽 论我国私人银行业务发展 [J] 金融与保险 2007 09
- [3] 喻强 商业银行个人理财业务新趋势 [J] 金融经济 2007 21
- [4] 熊剑庆 中美商业银行个人理财业务比较研究 [J] 经济纵横 2007 18

(作者单位: 恒丰银行济南分行)

【 评论 】 【 推荐 】

评一评

正在读取...

 笔名:

 评论:

[评论将在5分钟内被审核, 请耐心等待]

【注】 发表评论必需遵守以下条例:

- 尊重网上道德, 遵守中华人民共和国的各项有关法律法规
- 承担一切因您的行为而直接或间接导致的民事或刑事责任
- 本站管理人员有权保留或删除其管辖留言中的任意内容
- 本站有权在网站内转载或引用您的评论
- 参与本评论即表明您已经阅读并接受上述条款

