

从银行战术解读客户高端化

文/曲越

一、现今我国高端客户的规模与标准

至今为止，我国已经历了二十多年的改革开放历程，在经济腾飞和持续稳定增长的同时，家庭资产规模也伴随着国家财富的增长而扩大。据相关资料统计，在我国，个人金融资产总量已达20万亿元人民币，但其中近一半是被20%的少数高收入阶层占有。当前我国持有流动性资产(现金、有价证券、非自住住宅等)超过100万美元以上的人群约30万人，家庭中金融资产在10万美元以上的家庭已达300万户。预计到2009年，中国富裕家庭流动资产总额将从2004年的8250亿美元增至10606亿美元，增幅将近一倍!

面对如此巨大的财富和社会潜在市场，各家银行往往及时推出针对这直接决定银行利润目标实现的大客户的理财项目和VIP服务。那么，当下各银行的“VIP”标准是什么呢?据不完全统计，招商、中行、建行个人理财门槛几乎都设在50万左右，一个理财品种的起点往往就是5万、10万。如中行VIP客户核定标准为本外币储蓄存款年日均余额折合人民币50万元或以上;或拥有长城卡，个人消费刷卡年消费额超过人民币30万元或等值外币的持卡人;或办理个人消费贷款额单笔达100万元或以上。而民生推出的贵宾卡也分为民生钻石卡、金卡、银卡三个等级，标准分别为：钻石卡储蓄存款日均余额100万元以上、金卡储蓄存款日均余额50万元以上、银卡储蓄存款日均余额10万元以上。

中国经济翻天覆地的巨变带来新一代富豪倍出。尤其是浙江、广东小制造业的“新秀”们，银行更是千方百计让他们手中的钱活起来!有部分学者认为目前我国银行推出的理财品种门槛过高，其实不然。第一，当下各银行发展的要点就在于抢夺这些新生富豪。我们可以参考的是外资银行在国外的制定标准：如花旗银行要求高端客户资产要达5万美元以上。一般客户开户要高于1万美元，低于1万美元的还要向银行交纳一定额度的“保管费”。与此相较，在我国经济高速发展和个人资产规模急剧扩大的背景下，国有银行制定的这些门槛无可厚非。第二，也是最关键的一点，面对如此诱人的市场，境外机构已经纷纷行动起来，如汇丰银行、瑞银集团和渣打银行早已圈定了国内这些优质客户开展富裕银行业务，而他们恰恰锁定的是300万拥有10万美元以上的客户群。由此可见，银行在高端客户的制定标准主要针对与经济发展水平相对应的综合高收益客户，通过与其建立长期的密切合作关系，最终形成自己优势互补、相对稳固、资源丰富的客户群体，为银行创造可观的业务和利润。

二、从银行战术解读高端客户争夺

1、锁定高效市场，注重地缘战略意义

这里所说的高效市场，就是指业已发展起来的一批金融资源相对富足的地区。在我国，高效市场除集中在北京、上海、广州、深圳等发达城市以外，近几年来，沿海的江浙地带也成为一股不可忽视的新生势力!比如我国浙江就是一个非常典型的藏富于民的财富大省，有近九千亿的民间财富。在外资首批选定的家庭资产在五千万美元以上的客户中，恰恰有60%都来自于浙江的民营家族。可惜而又却又令银行家们兴奋的是，这些小制造业的富豪们大部分资产仍以收益极低的存款形式“冬眠”在银行的金库里。随着我国金融理财的蓬勃发展，这些“潜伏”的财富必然成为各个金融机构优先角逐的目标。

渣打银行就针对这60%的江浙客户，为每10到15户家庭专门指派一名高级理财规划师为其提供个性化的服务。从外资的经验手段可以看出，从地缘战略的高度锁定高效市场，也就控制了大批的高端客户。而对竞争激烈的银行界来说，谁控制了高效市场、高端客户，谁就能从根本上调整客户结构，进而提高资产质量、占领业务发展的至高点。由此可见，抢占高效市场，建立高端核心客户，关系到竞争力的提升及信贷资产质量的整体改善，从而攸关银行的可持续发展。

2、拓展营销策略，维系高端客户增长

首先，上下联动，保持共同作战。这点主要体现在上层银行推出的各项新品种、新服务要求下层分行对高端客户理念及能力的配合，从而谋求营销机制的整体创新和整个团队资源的深度整合。再有，个性服务，拓展客户群体。个性服务要求银行推陈出新，针对客户群提供与他行不同的品种和项目。如东亚银行针对高端客户的子女推出“聪明小当家”的儿童账户，引得高端客户垂青。而渣打银行的“优先理财”更是瞅准中国人重视子女教育的特点，为高端客户子女提供赴英理财留学之旅。最后，抓准心理，留住忠诚客户。忠诚客户比较银行的一般客户往往具有以下几个特征：曾接受过他人推荐、经常性重复办理业务、对其他竞争者的促销活动有一定的免疫性、信任品

牌并进行口碑宣传。所以留住这些忠诚客户能带给银行长期及具有积累效果的收获。为抓住这些客户让财富世代传承的心态，花旗银行提供专门的咨询建议帮助富豪壮大生意，真正与客户形成利益均沾、双赢互利、唇齿相依的关系，进而间接为银行提供潜在的未来业务（作者单位：北京工商大学）

相关链接

网络金融环境下的金融市场竞争研究
随着金融衍生品市场发展的商业银行
简析商业银行银行卡市场发展战略
浅谈我国商业银行的并购重组问题
从银行战术解读客户高端化
农村信用社改革模式的现实选择
中国外汇收入和美元霸权的辩证关系
商业银行票据业务的规范与风险管理分析
新会计准则对我国当前金融证券市场的影响浅析

本网站为集团经济研究杂志社唯一网站，所刊登的集团经济研究各种新闻、信息和各种专题专栏资料，均为集团经济研究版权所有。

地址：北京市朝阳区关东店甲1号106室 邮编：100020 电话/传真：（010）65015547/ 65015546

制作单位：集团经济研究网络中心