

文/肖磊肖鹰

在我国国民收入不断增涨的情况下，引发了对专业化投资指导的需求，以追求更好的投资组合，来达到防范风险并获得更高收益的目的。同时，国内商业银行在为开拓新市场，寻找新的利润增长点的动机推动下，个人理财业务逐渐成为银行业务发展的新方向。在需求和供给共同的作用下，我国个人理财业务迅速成长。随着2005年11月1日《商业银行个人理财业务管理暂行办法》和《商业银行个人理财业务风险管理指引》正式实施，我国商业银行个人理财业务走上了规范化发展道路。但我国的个人理财业务的发展还存在着一些问题。

### 一、商业银行个人理财业务发展困境

#### 1. 理财产品同质化

根据《商业银行法》第四十三条规定，商业银行在中华人民共和国境内不得从事信托投资和证券经营业务，不得向非自用不动产投资或者向非银行金融机构和企业投资，这就制约了商业银行在其它金融领域发展业务，个人理财业务只能是对原有的存贷业务作简单的重新组合，不能利用证券和保险市场为客户实现价值增值，理财方式更多的停留在建议规划上，个人理财业务本质不能得到体现，使目前的个人理财业务成为纯粹的技术服务，直接造成商业银行推出的理财产品，在产品功能上大同小异，各家银行推出理财业务基本上仅是转账、代收代付等常规业务，未形成的系列化、规范化、标准化的理财产品，更谈不上被大众普遍接受的理财品牌。

#### 2. 理财产品定位无针对性

个人理财业务就是向顾客提供信用、投资、管理等服务，这些顾客包括企业业主、公司高级管理人员等社会不同阶层。目前商业银行对所有这些用户实行的多为一刀切的“进门价”制度，但由于他们可支配资金数量不一样，期望通过理财达到的目的也不一样，在缺乏明确的市场定位和严格的市场细分下对所有这些客户提供的无差别、无个性的大众化服务的话，就会引起客户对服务的满意程度降低，从而影响商业银行的对外形象，造成客户流失的客观事实，给理财业务的发展增加了难度。

#### 3. 业务运作体系障碍

目前国内银行个人理财业务大都归于个人金融业务部，业务工作局限在部门内部，但个人理财业务涉及的业务十分广泛，几乎涵盖了银行的所有业务种类，而这些业务又由不同的银行部门来管理，这就造成各业务相互割裂的局面，这样在缺乏专门的组织机构和运行机制保障下，银行就无法为客户提供“一站式”服务。

#### 4. 专业理财人才匮乏

理财师的能力是实现高水平个人理财服务的保证，因为理财业务是一项知识性和技术性很强的业务，理财师除了要精通必须的银行业务外，还需要对证券、保险、法律等知识有所掌握，并具有较高的交际能力和协调组织能力。但我国的分业经营在一定程度上制约了这种全能人才的成长，使国内缺乏这种通才，理财建议停留在储种选择等与传统银行存贷业务相关的服务上，未能为客户提供真正适当的理财规划。国内商业银行专业理财师缺乏已成为我国银行个人理财业务发展的瓶颈。

### 二、推动商业银行个人理财业务发展的对策

#### 1. 品牌化服务

金融产品不具有普通商品的专利保障，作为面向个人客户的个人理财产品，在极易被模仿的背景下，产品不可避免的会出现同质性，因此一家银行要保持其竞争优势，必须创立自身品牌才能确立自己无法被取代的竞争优势。商业银行在打造的个人理财品牌时应体现个性化、情感化和人文化，既体现银行服务的定位，又为消费者提供一种文化、一种格调、一种心理满足，而不仅仅是一种使用价值。在树立了良好的品牌声誉后，其品牌效应就会使客户对银行认知程度大大提高，从而反过来提高品牌的附加值。

#### 2. 市场细分

个人理财必须强调个性化的服务，因为每个顾客都希望能够从个人理财师那里得到为自己度身定做的理财规划，因此个人理财服务需要准确了解顾客具体的需求，以提供具有针对性的服务。由于具有同一层次收入的群体在意识和行为上都具有较高相似性，对金融产品的偏好也表现较为一致，因此应按社会收入来细分客户，针对不同的群体设立不同营销方式。通过向不同客户提供差别化服务，来消减客户在时间和心理上的机会成本，帮助客户实现人生各阶段的目标和理想。

#### 3. 拓展服务渠道

我国商业银行实行的是分支行制，营业网点遍布全国，商业银行应该利用这些已有的网点优势，在重要的营业网点设立理财中心，让理财中心涵盖全部个人业务，全面办理个人资产、负债和中间业务，打破业务间相互割裂的局面，为客户提供一站式服务。另外利用互联网具有交易费用低、操作便利、信息获得快的特点，通过网络为客户提供随时随地的理财服务，使互联网成为理财业务高效的分销渠道。

#### 4. 提高从业人员业务素质

商业银行要发展个人理财业务，加快理财产品创新，就必须有一批全方位的个人理财业务人才。培养个人理财业务人才，提高理财人员业务素质可从两方面做起。一是在银行内部选拔一批已精通银行自身业务、懂得市场营销的员工作为储备人才，在此基础上经过系统化的培训，提高其在政券、保险、税收等其它相关方面的专业知识，使其具有为不同背景的各类人士提供全面理财服务的能力；二是借鉴美国已建立并完善了注册理财规划师（CFP）认证制度的经验，创建一套符合我国国情的从业人员资格认证体系，以规范中国金融理财业的发展，全面提升理财师素质。（作者单位：四川大学经济学院金融学硕士研究生）

#### 相关链接

商业银行个人理财业务的发展困境解决对策  
基于货币价值的企业智力资本评估方法  
商业银行土地抵押贷款之风险防范  
香港联系汇率制改革不可避免  
论我国体育产业投资基金的发展途径  
我国管理层收购融资体制问题研究  
农民金融知识匮乏的现状分析

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