



用多元线性

间借贷利率

何加强会计

如何处理银行

国外汇储备

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

作者：[张 宁] 来源：[本站] 浏览：

个人理财业务是通过对个人金融资产的重组与再利用而使其保值、增值的新型业务。其强调务的浓度和广度，为客户提供全方位与专业化的理财服务与产品，设计综合性的解决方案，特定理财需求。

一、新疆商业银行个人理财业务发展历程与现状

（一）新疆商业银行个人理财业务发展历程

1. 第一阶段：空白阶段。90年代以前，新疆的经济建设重心更是放在实体经济上，个人的储蓄进入银行，购买国债，或投向风险较大、单一的股市中。新疆的个人理财处于空白状态。
2. 第二阶段：启动阶段。中国光大银行在2004年9月推出了国内第一个人民币理财产品“阳光计划”，拉开了国内人民币理财产品的序幕。从2004年10月到2005年12月，各家商业银行争相特色的个人理财产品。此时进入新疆的理财产品初步打开市场。
3. 第三阶段：稳定发展阶段。在新疆的招商、上海浦发、交通、兴业银行等，相继对同类产良，或将活期储蓄的概念嵌入打新产品中，或将信托融资贷款与“打新”捆绑，并在资金闲票据、国债市场，其丰富的理财品种占据了不少市场份额。

（二）新疆商业银行个人理财业务发展现状

1. 发展现状。各商业银行根据自身的业务特色与优势，推出不同于其他银行的人民币理财产品。人民币理财业务的同业竞争逐步呈现差异化特征。如兴业银行2009年推出第三期万利宝—广汇贷款项目人民币理财产品。该产品所募资金将全部投资于中融国际信托有限公司发行的“兴汇集团信托贷款单一资金信托”，信托资金用于贷款给新疆广汇实业。
2. 存在的问题。（1）储蓄存款占居民理财的比重仍然较大。银行的理财服务多以在银行存款度的高端客户为服务对象。例如招商银行“金葵花”服务对象为在招商银行开户资产达50万个人高端客户。储蓄存款和国债占居民理财的比重仍然较大。（2）缺乏组织机构及运行机制。前国内商业银行的组织机构设置中，个人理财业务工作通常都归口在个人金融业务部。但由财业务涉及的内容非常广泛，几乎涵盖了银行资产、负债业务和中间业务，而上述业务当前由个人金融部、中间业务部、房贷部等多个部门管理，造成前台业务条块分割，无法实现为一站式服务。

二、新疆商业银行个人理财业务发展空间

（一）新疆的经济状况

2008年，新疆生产总值3925.07亿元，增长13.1%，比全国高3.2个百分点。其中第三产业增0亿元，增长9.7%。居民财富急剧膨胀，个人资产保值增值需求旺盛。

（二）新疆的金融形势基本稳定

2008年末，金融机构各项存款余额5274.68亿元，增长21.3%。其中，企业存款1500.68亿元7.7%；居民储蓄存款余额2367.19亿元，增长16.9%。这为新疆居民投资提供了良好的基础。

（三）新疆城乡居民收支同步提高

2008年新疆城镇居民人均可支配收入8547.11元，同比增长了11.2%，农民人均现金收入26014.5%。

综合以上三点，新疆近年国民经济快速发展，居民家庭财富积累迅速增加。居民对财产独立保值、增值的迫切要求，形成个人理财业务巨大的市场需求。

三、新疆商业银行个人理财业务制约性分析

（一）外部制约性分析

1. 新疆所处的区域特点。新疆地处偏远，经济落后，信息闭塞，南北疆发展不平衡。在南疆发达地区，大多数商业银行分支机构还未认识到开拓个人金融理财业务的必要性，亦或虽认但缺乏紧迫感，业务开展缺乏主动性。
2. 居民的投资意识不足。新疆居民金融意识普遍偏低，对个人理财在很多误解，主要表现在面。一是认为理财就是投资增值；二是认为理财就是存钱省钱；三是没有正确认识理财的风认为理财只是有钱人的事，中产阶层不需要理财；五是认为理财要在短时间内出效益。
3. 金融业分业经营体制的制约。从金融政策上讲，我国目前实行的是分业经营，金融机构不能跨市场构建金融产品，使得不少金融机构对于个人理财只能偏居一隅，难以进行更优的组合设计。例如，银行业，从银行理财服务的宣传资料看，似乎涵盖了生活理财与投资理财的全部概念，但实质上它们更像是一种传统服务的延伸。受到政策的限制，银行不能涉足证券、保险、基金、信托领域，除了存贷业务，只能代销基金、保险等产品，因此在个人理财方面给客户的建议多是长期财务计划。

（二）内部制约性分析

1. 市场拓展意识差，产品种类单一。虽然目前商业银行推出的个人理财产品名目众多，但各家银行推出产品实质上大同小异，互相效仿，产品整体技术含量较低，营销的目标市场和目标客户也基本一致，产品同质化严重。
2. 人民币理财产品分销渠道不畅。新疆的商业银行主要是有形网点的分销体系，受到地域和时间的限制，无法与客户实现随时随地的接触，既增大了银行的工作量，又降低了客户的满意度。目前新疆高净值客户增长迅速，中产群体不断扩大，各专业机构的市场调查结果均显示该阶层客户对专业投资理财服务有高度需求，如果不及时提供丰富的产品，客户可能流失。特别是这两年，随着理财知识的普及和理财意识的提高，一些小县城的中等家庭，甚至农村里的富裕农户都开始对相对于定期存款收益高、低风险的人民币理财产品产生了兴趣。但苦于地处偏远，加上新疆地区分布广阔，理财产品营销网点少、产品种类不齐全等原因，大部分这类客户无法满足其购买心愿。
3. 风险管理体系尚未建立，对客户风险提示不充分。部分商业银行在编写有关产品介绍和宣传资料时，风险提示不充分，主要体现在未提供必要的举例说明。风险提示只是简单地列示，加之普通客户对银行信用的信任远高于其他金融机构，存在认为银行销售的理财产品没有风险的认识误区。一旦

某家银行的人民币产品出现无法保证预期收益，甚至损害本金情况，必然会引起公众对银行理财产品的信任危机。例如我国首例民生银行一款QDII理财产品清盘的事件，在广大投资者当中引起了较大的震动。

4. 缺乏专业理财人员。目前新疆银行理财从业人员的业务素质不高，缺乏具备各领域知识和技能的复合型金融人才，缺乏符合真正意义上的理财师，理财业务没有形成权威的品牌。客户对银行理财人员业务水平持有怀疑态度。

5. 规模与成本限制。新疆金融机构普遍认为开展个人理财服务的投入大、成本高、业务规模小，得不偿失。但现在走进各大银行营业网点都可以看见专门的理财柜台，规模不大，问津的人很少，工作人员多数是从其他岗位调动来，对员工的系统培训基本没有到位。

四、新疆商业银行个人理财发展路径

(一) 需要政府和央行的支持

要扩大新疆个人理财市场的规模首先必须从改善投资环境入手，为个人理财市场的发展构建一个良好的运行体系。首先，要制定有利政策，极大地促进新疆资本和货币市场的完善和发展，使得可加入的投资渠道、可选择的投资产品和可投资的规模相应扩张，极大地增强居民个人理财的愿望和参与程度。其次，要尽快完善理财业务的法律框架。明确理财产品的法律性质，对理财业务的市场准入、业务管理、风险控制、会计处理、投资方向、信息披露等方面在政策上予以详细规范。第三，加强个人理财市场监管，纠正不正当的价格竞争。无序的价格竞争和对新技术的监管不到位，将造成金融机构的恶性竞争，导致金融风险的失控。

(二) 有创新的能力

1. 理念创新。扬弃传统服务理念，培养崭新服务思维，使全行员工对理财业务的开展要有全新的认识和理解，从而自觉增强对理财业务服务的认同，使发展个人理财各项措施在全行上下得到贯彻执行。

2. 产品创新。(1) 注重风险控制前提下加速银行卡业务的发展。近年来，新疆信用卡已成为各银行争夺市场的主要领域，如招行推出的针对新疆本土的“亚克西”卡。实践表明，信用卡属厚利产品。

(2) 投资产品的创新。随着个人外汇投资渠道的增多，各商业银行可以根据各自的优势，创新出独具一格的金融投资产品，来满足客户的不同需求。

3. 服务创新。(1) 建立个人理财中心。真正体现“以客户为中心”。(2) 针对消费者某一方面的需求(如购车、买房、装修)商业银行推出了专门化的个人信贷及理财服务。(3) 建立综合性金融超市，更便于银行服务大众。比较典型的是深圳某商业银行拟建设中的现代人金融超市。或开通网上理财平台，网络银行在新疆虽然起步较晚，但发展很快，现在的网络银行不仅能提供储蓄、贷款和结算等传统银行业务，还可以开展投资、咨询等全方位金融业务。如工商银行新疆分行最近就推出开通网银，送U盾等活动。各大商业银行如果能在现有的网络银行的基础上拓宽业务范围，增加金融品种，整合证券、基金、外汇、国债、保险等个人理财业务，就能搭建一个全能型的理财业务平台。

(三) 加强全社会对个人理财的正确定位与认同

县级以上商业银行在个人客户部的基础上应成立理财中心，客户经理为贵宾客户提供一对一、一站式服务，理财中心提供理财沙龙服务和专家理财顾问服务等，举办理财知识讲座，推介金融新产品。同时针对客户的不同收入水平、年龄层次和需求偏好，度身定制个人或家庭的阶段性财务计划，帮助客户调整存款、股票、基金、债券等的投资组合，以取得最好的回报。总之通过一系列的优先、优惠、优质服务，不断满足、引导、培养客户的需求，建立起稳固的互动合作关系，留住高端客户。

(四) 细分市场，结合区域优势，加强横向联合，降低分业限制影响

对于选择较多的投资组合，银行可将其固化，并以次为基础培养核心竞争力及产业优势，最终形成品牌。其次是以目标客户为基础，有差别地、选择性地进行金融产品的营销和客户服务，根据客户在不同的阶段、不同的行业和不同的风险偏好，为其设计个性化的理财计划。对低端客户主要使用电话银行、网上银行、自助银行等自助服务，而对高端客户则主要通过客户经理实行“一对一”服务，及时了解其委托理财的客观需要和意愿，尽可能提供完善的服务。如招商银行“金葵花”招银进宝之特变电工(新疆硅业)3号理财计划是第一款专门为新疆居民设计的理财产品，今后这类具备差异性的产品，有针对性客户群的产品会更受青睐。

(五) 加强专业理财人员队伍的培养，建立高素质的专业理财人员队伍

新疆的个人理财业初见规模，各大银行的产品层出不穷，硬件设施基本合格。下一步就是提高专业理财人员队伍的综合素质。首先，在银行现有员工中选拔优秀员工，进行个人银行业务、保险业务及证券投资业务短期培训，尽快上岗，满足现有业务对人才的需要；其次，加强与保险公司、证券公司业务合作和交流，进行为期较长的联合人才培养，适应短期内的业务发展需要；提供必要的资源和工具，加快培养理财分析师和财务顾问的步伐，建立与绩效和商业目标挂钩的薪酬激励机制。第三，与国际注册理财规划师委员会合作，参照国际注册理财规划师委员会为理财规划师(CFP资格)制定的职业道德标准、胜任能力标准以及实际操作标准。

参考文献：

- 【1】 高运福 《欠发达地区县域商业银行理财业务发展的现状、问题及对策》 [M] 调研报告
- 【2】 吴峰 《商业银行个人理财业务规范发展的差距及建议》 [M] 工作研究
- 【3】 王玲 《城市商业银行理财业务发展分析》 [M] 金融FINANCE
- 【4】 李晓毓 《盘点银行理财市场》 [M] 中国商界 2008 (10)
- 【5】 翟立宏 《商业银行理财业务年度回顾与展望》 [M] 经济问题 2008 (05)

(作者单位：中国建设银行伊犁州分行)

【 评论 】 【 推荐 】

评一评

正在读取...



笔名：



评论：

发表评论

重写评论

[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

