# 国内外商业银行个人理财业务的比较分析

来源：网络 作者：春暖花香 更新时间：2024-01-29

*摘要:本文通过对国内、外商业银行个人理财业务 发展 状况进行比较分析,重点指出了我国商业银行个人理财业务与国外商业银行同类业务的差距,并针对此差距提出了对策建议,以期进一步促进我国商业银行个人理财业务的发展。 关键词:国内外商业银行;个人理...*

摘要:本文通过对国内、外商业银行个人理财业务 发展 状况进行比较分析,重点指出了我国商业银行个人理财业务与国外商业银行同类业务的差距,并针对此差距提出了对策建议,以期进一步促进我国商业银行个人理财业务的发展。

关键词:国内外商业银行;个人理财比较;对策

随着我国 金融 业的全面对外开放,外资银行纷至沓来,国内外银行对个人理财业务的争夺帷幕已经拉开,国内银行将面临日益严峻的市场考验,个人理财业务已经成为国内外金融业竞相追逐的新的利润增长点。

我国商业银行个人理财业务起步较晚,虽然近几年发展迅猛,但从我国各个商业银行个人理财业务的运作情况来看,距离国外商业银行所开展的个人理财业务仍有较大的差距,这些差距主要表现在以下几个方面:

一、个人理财业务含义的比较

在国外,个人理财称为财务策划,是指财务策划师通过收集整理客户的收入、支出、资产、负债等数据,倾听客户的希望、要求、目标等,在律师、 会计 师、税务师等专家的协助下,为顾客制定储蓄计划、保险投资对策、税金对策、继承、经营策略等方案,并帮助其实施。

目前,我国对个人理财的定义还局限在“如何处理自己的财富”。作为一种服务,它指的是根据个人(家庭)的风险偏好、短期、中期和长期需求或收益目标,对个人(家庭)的财产进行 科学 的、有计划的、系统的全方位管理,以实现个人(家庭)财产的合理安排、消费和使用。

二、经营模式、投资工具的比较

在国外混业经营模式下,商业银行形成了集银行、证券、保险和投资银行业务于一体的多元化发展战略,可以为客户提供更为全面的金融产品和服务,满足客户多样化的需求。从产品种类来看,外资银行可提供的个人业务产品面要广于中资银行,不仅品种丰富多样,而且提供有关居家生活、旅行、退休、保健等方面的便利。

而我国金融业一直实行分业经营模式,中资银行不能直接涉足证券、保险、基金等业务,银行只能代销这些产品,而不能针对客户的需要设计出个性化理财产品,这极大地限制了个人理财业务的深度和广度,使得银行在境内可供选择的投资工具有限,加上目前中资银行还不允许离岸投资,因此其个人理财产品比较单一,增值性产品和服务所占比重相对较低。

三、核心产品的比较

在国外,个人理财业务的划分主要以客户为中心,在设计个人理财产品时充分考虑了客户的实际需要,主要以多元化的投资服务和私人理财服务为核心产品,其主要内容包括结算业务、贷款业务、委托业务、投资业务和私人理财服务,同时,国外个人理财业务还十分注重为客户提供个性化、差别化的产品和服务,使顾客能够找到适合自己的产品和服务模式。

而国内商业银行个人理财业务的核心多是以传统的个人金融业务(结算业务、贷款业务、委托业务)以及部分投资服务为主,并且投资业务还是以代销基金、债券、保险、银证通、银证转账以及投资咨询和建议为主,不能直接代客进行投资操作。与国外的银行理财产品相比,目前国内商业银行的个人理财产品更多的是形似,还没有达到神似,只是把现有的业务进行一个重新的整合,而没有针对客户的需要进行个性化的设计。此外,国内个人理财还缺乏关于资产管理、遗产规划、税务规划等私人理财服务。

四、客户资源的比较

在国外,商业银行的客户质量较高,花旗、汇丰直接将境内的5%-10%的高收入阶层作为其目标客户,客户质量最高;子银行的理财服务,尤其是贵宾理财,门槛也比中资银行高得多,如花旗银行的贵宾理财V正就要求客户月平均账户余额在5万美元以上,汇丰银行“卓越理财”也有类似的准入标准。

而国内商业银行主要面对成长性客户、城市高收入阶层、白领和私营业主等,客户质量相对较差且分布不均匀,准入门槛相对较低。

五、市场细分策略的比较

在国外,商业银行在进行市场细分时,注重避免内部机构与人员的重叠和竞争,以业务模式、长远规模效应、盈利水平和交叉营销等作为细分的主要依据和标准,客户分层细致。

而国内商业银行在市场划分时比较粗糙,内部的重叠、摩擦、竞争较为严重,以单一业务量为划分标准,客户分层粗犷。

六、营销方式的比较

在国外,商业银行从客户需要为出发点,以主动营销为主,注重系统性营销。

在营销方式上更多地依赖于高科技和 网络 ,通过建设网上银行、自助银行、CALLCENTER、以及全国联网的ATM机与POS机等 现代 化界面,可以使客户在任何时间、任何地点实现与银行的互动式无缝对接。

而国内银行从完成营销任务为出发点,以被动营销为主,分割情况严重,客户管理系统利用程度低,较为依赖营销人员的经验与个人努力。与外资银行相比,国内商业银行在物理网点的建设上具有外资银行无法比拟的优势,但网上银行和电话银行等无形营销渠道的市场渗透度不高。

七、客户关系管理的比较

在国外,商业银行在开展个人理财业务时,建立了客户信息管理系统,对客户信息进行全面管理和深度分析,为客户提供量身定制的理财产品及服务,并十分注重服务的机密性和专有性。同时还实行种种有利于巩固与客户关系的管理制度,举办各种活动,与客户保持“连续关系”,获得客户的忠诚度。

而国内商业银行普遍缺乏客户管理水平,绝大多数银行尚未开发和使用客户服务管理系统,在日常客户管理工作中无法进行准确的市场分层,不能快速、便捷地录入、更新、检索、调用客户档案资料,无法真正实现互动式和

个性化的客户关系管理,无法为客户提供全面的理财建议。

八、风险控制的比较

在国外,商业银行有着完整的居民信用档案和完善的风险监控体系,并且与其他银行共享目标消费者的相关信息。同时凭借 计算 机技术和网络技术的支持,具备一流的专业评估能力。

而我国,由于个人征信系统的缺失、缺乏配套的专业评估能力、不能建立有效的个人风险评估系统,为商业银行个人理财业务的开展带来了风险隐患。

九、员工素质的比较

在国外,商业银行的客户经理很多具有注册理财规划师(Certified FinancialPlanner,CFP)资格,有着较高的业务素质和丰富的职业经验,并且在遴选过程中必须经过学历、道德、综合素质等多方面的考验,即使成为客户经理后,仍需接受财务分析师培训。

而国内商业银行近些年虽然加快步伐进行理财客户经理的培养,但大多数客户经理仍是从个人 金融 从业人员中临时抽调而来的,即使参加了由银行组织的专业培训,个人理财技能仍以银行类业务为主,而且其资格大多是由各银行自己认定的,缺乏统一性和权威性。

十、考核机制的比较

在国外,银行个人客户经理的待遇与营销业绩直接挂钩,营销业绩以客户群组给银行带来的风险加权成本核算汇 总结 果为基础进行考核,考核指标有市场占有率、集中度以及客户关系提升变化情况等,采用平衡记分卡,考核的连贯性、系统性较强。

而我国,由于个人理财业务的效益主要体现在中间业务收入上,其效益又不能独立核算,使得理财师的收入与他们所从事的工作及付出并不对等。此外,个人理财业务营销绩效目前尚未有完善的考核办法,一般以银行自身业务量为基础,采用单项指标(发生额、余额)或多项相互矛盾的指标,缺乏可以鼓励、衡量交叉营销的综合考核体系,连贯性和系统性较弱。

基于上述差距,我国商业银行应从经营理念、创建理财品牌、开发个人理财信息系统、细分个人理财客户、加强内部管理制度、建设个人理财队伍等方面着手努力,有效地缩小差距,提高自身水平,以实现个人理财业务在我国的快速 发展 。

参考 文献

[2]刘艳红,商业银行个人理财业务研究,吉林大学硕士学位 论文 , 中国 知网,202\_年4月。

[3]周茂清,我国个人理财模式的转变及商业银行的应对之策,《新金融》202\_年第1期。

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！