

当有人请我们为新入行的顾问推荐书籍时，我们总是会建议他们阅读《理财规划进行时》这本书。

——《投资顾问》（Investment Advisor）杂志

真正内行者的真知灼见，
理财规划师的必读书籍。



理财规划 进行时

（美）杰弗瑞 H. 拉提纳 著
(Jeffrey H. Rattiner)

小马尔文 W. 德尼罗
注册协会执行员
理财规划协会常务理事/首席执行官

张楠◎译



机械工业出版社
China Machine Press



Getting Started As A Financial Planner

当有人请我们为新入行的顾问推荐书籍时，我

划进行时》这本书。

《顾问》（Investment Advisor）杂志

真正内行者的真知灼见，
理财规划师的必读书籍。



理财规划 进行时

（美）杰弗瑞 H. 拉提纳 著
(Jeffrey H. Rattiner)

小马尔文 W. 德尼罗
注册协会执行员

理财规划协会常务理事/首席执行官

张楠◎



机械工业出版社
China Machine Press

Getting Started As A Financial Planner

随着投资额和投资复杂程度的提高,越来越多的人希望由理财顾问来帮助他们管理资金。本书包含了新入行的理财规划顾问需要了解的所有知识——从如何建立业务、与客户进行沟通,到怎样管理投资、为自己的服务开辟市场。本书将帮助新入行的理财规划者顺利进入理财规划业,并指导他们在这个高利润的职业领域获得成功。本书介绍了许多实用的理财工具和技巧,有利于理财规划师提升自身水平,并帮助其成为优秀的理财规划师。

Originally published by Bloomberg Press, Copyright © 2000 by Jeffrey H. Rattiner. All Rights Reserved.

版权所有,侵权必究。

本文版权登记号:图字:01-2006-1332

图书在版编目(CIP)数据

理财规划进行时/(美)拉提纳(Rattiner, J. H.)著;张楠译.—北京:机械工业出版社,2008.7

书名原文:Getting Started as a Financial Planner

ISBN 978-7-111-24650-3

I. 理… II. ①拉…②张… III. 投资学 IV. F830.59

中国版本图书馆CIP数据核字(2008)第103748号

机械工业出版社(北京市百万庄大街22号 邮政编码100037)

责任编辑:任淑杰 责任印制:李妍

保定市中华美凯印刷有限公司印刷

2008年8月第1版·第1次印刷

170mm×242mm·16.5印张·3插页·281千字

标准书号:ISBN 978-7-111-24650-3

定价:39.80元

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社发行部调换

销售服务热线电话:(010) 68326294

购书热线电话:(010) 88379639 88379641 88379643

编辑热线:(010) 88379001

封面无防伪标均为盗版

序

自第一版《理财规划进行时》出版后，这个职业又发生了很多变化：收费为主的理财规划呈上升趋势，而佣金则正在日益商品化。现在，理财规划课程和培训项目也变得越来越丰富。这一切都表明这个职业正在持续快速的发展。事实上，美国劳工部希望个人理财规划师的人数能够“快速上升，超过2012年所有职业的平均增长速度”。这是因为“随着投资额和投资复杂程度的提高，越来越多的人希望由理财顾问来帮助他们管理资金”。

在个人咨询行业里，为公众提供理财规划服务一直是一个利润最丰厚的领域。理财规划师要使客户将注意力集中在财务管理上，这样他们才能不断积累充足的资产，实现其个人目标。出人头地一向是美国人的愿望，并且，他们也需要有人能制定出有效的策略，将巨额的家族财富传给后人。市场上的商机越来越多，联邦政府也在不断放宽对理财服务业的限制，这些都成了我们更新这本书的原因。

根据我的经验，那些渴望成为职业理财规划师的从业者，总是希望为客户提供最适合他们的服务。这些有远见的理财规划师，放弃了传统理财规划师主要使用的理财方法，即单纯与客户进行交易，转而寻求一种能满足客户综合需求的方式，以实现客户的理财目标。从历史的观点看，前者的主要目标是销售“产品”，而不是建立长久的客户关系。因此，我决定为新入行的理财规划师提供一种合理、易于理解的自动体系，它有助于这些新人为客户提供综合理财规划服务，从而帮助他们正确理解整个规划过程。这个体系就是个人理财规划的“总控钥匙”计划，它也是本书的精髓所在。

这本书融合了我个人和许多著名理财规划师的经验，这些理财规划师包括理财规划协会、加利福尼亚州注册理财规划师教育基金会、美国注册会计师协会的著名会员，注册理财规划师标准委员会管理部门的成员以及我的大学同事。我询问过我的合伙人，如果一切能够重新开始，他们是否还会采用同样的理财规划方式？他们会进行怎样的改变？他们在向成功的理财规划师前进的过程中学到了什么？他们认为其业务和职业的发展方向是怎样的？竞争形势会有什么变化？最重要的是，他们能为刚入行的理财规划师提供什么



建议？所有这些答案主要都围绕着一个根本问题——这些起步阶段的理财规划师需要制定一份企业计划，指导他们建立业务。他们建议这些理财规划新人们，在这份行动计划中，一定要包括所有重要的基础决策，并且这些决策要在第一位客户到来之前作出（这与许多理财规划师入行时采用的“尝试错误”方式正好相反）。该书介绍了大量珍贵的信息，它旨在为读者提供一种明晰、详细、实际的方式，从最初入行，到精通业务，帮助他们走过个人理财规划的整个过程。

本书的预期读者是股票经纪人、保险代理人、注册会计师、律师、银行家、信用合作社代表、信托执行员、财富管理师及其他希望将其经营方式从交易类销售转为客户管理的专业人士。而这种转变，需要你真正了解客户的需求、能力和财务资源。本书将帮助那些理财服务专业人士和未经过理财培训的入行者，从交易导向的业务模式顺利过渡到分步理财的业务模式。本书介绍了一种“客户至上”的综合理财方式。这种方式可以使理财规划师发现客户的更多需求，从而更好地为客户制定出合理的理财计划。这种经营方向的改变，使理财规划师能够了解以前所忽视的一些客户需求，从而提供更优质的服务，最终使客户和理财规划师双方都得到更多的利益。那些业务范围狭窄的理财规划师们，可以运用这本指导书所提供的原理，构建广泛的理财规划服务基础。我决定写这本书的目的，就是帮助那些不断前进的理财规划人士成功完成这种转变。

《理财规划进行时》的内容结构符合商业循环的逻辑规律。该书捕捉到了每个刚入行的理财规划师所需要处理的重要问题，通过如何制定商业计划、进行营销和客户管理来建立业务。

本书一开始，先对理财规划这一职业进行了综述。第一章描述了该领域的从业者，明确了行业趋势（下个10年将有更多的商业机会），并为读者介绍了理财规划从起源到目前状况的所有历程。第二章为读者讲解了建立一个成功的企业基础所需要完成的“10个必须”，它涵盖了从选择正确的企业法人实体，到寻找好指导、确定专项业务领域的所有内容。一旦确定了企业模式，理财规划师就需要找到一种经过实践验证的理财流程，帮助他们制定综合理财计划。第三章介绍了这样一种流程，它被称为PIPRIM流程，是一种客户管理体系，能够帮助理财规划师为客户提供完整的咨询服务，并保持客户在长期投资过程中的忠实度，从而顺利实现理财目标。第四章为读者概括了理财规划所涉及的多个领域，详细叙述了客户在每个领域的需求以及理财规划师满足这些需求的策略。这一章明确了客户最可能遇到的

问题，解释了理财规划师应该如何正确理解这些问题，并制定策略克服客户的盲点。第五章告诉理财规划师，应该怎样遵守与理财服务相关的各种严格法规。

第六章为读者介绍了制定企业计划的所有步骤，并提供了完整的企业计划样本。这一章也讨论了怎样建立必要的业务基础，包括建立反映理财规划师经营理念的报酬模式。第七章是关于怎样为理财规划业务开辟市场，它介绍了各种有益的策略，帮助企业得到公众认可，提高其知名度。第八章介绍了一些观点和技巧，它有助于理财规划师制定高效的“规划师——客户”沟通策略，从而实现与客户沟通的目的。只有了解了客户的需求，理财规划师才能够制定出正确的策略，使客户觉得满意，并愿意参与到规划过程中来；也只有这样，理财规划师才能为客户提供最佳服务。第十章是一些附加的资源信息，它有助于理财规划师建立业务，并在各个理财规划领域获取必要的专门知识。第九章是第二版新增的章节，它通过分析 3 位普通客户的财务状况，运用最佳方式解决每位客户的具体问题，将全书讲述的所有原理结合在一起。

本书所介绍的这些工具和技巧，在理财规划师提升自身水平的各个阶段，都能给予指导，从而帮助其成为卓越的理财规划师。运用这些工具和技巧，理财规划师可以评估其自身目前的业务能力，以及为实现理财目标所需要具备的业务能力。

我希望能够了解《理财规划进行时》这本书是怎样帮助您建立、调整或发展理财规划业务的，因此请通过以下方式与我联系：发送电子邮件至 jeff@jrfinancialgroup.com，或登录我的网站 www.financialplanningfasttrack.com。

目 录

序

第一章 理财规划新世界	1
职业发展历程	2
专业化趋势	3
理财规划师的收入来源.....	5
理财规划业出现的市场商机.....	7
消费者在选择理财规划师时需要考虑的问题	13
第二章 理财规划事业的创立	15
发展理财规划业务的 10 个“必须”	17
选择一种合法的企业结构	19
寻找一位好指导	29
获得资格证	31
保险及投资顾问的执照条件	35
第三章 开发客户管理系统	39
PIPRIM 客户管理系统——通向成功客户管理的六步	40
第一步，与客户的初步会谈	46
第二步，设立完整的目标并收集数据	49
第三步，资料及信息汇总	62
第四步，推荐解决方案	66
第五步，实施计划	66
第六步，监控实施情况	67



第四章 理财规划的业务范围	71
现金流量管理	73
保险	80
投资规划	87
教育规划	94
所得税规划	97
退休规划	100
遗产规划	113
第五章 守法与法律问题	117
守法	119
注册程序	122
美国证券法规	129
保护自己免于承担责任	129
第六章 构建业务基础	137
企业计划	138
构建基础结构	143
企业计划和企业基础结构的相互依赖性	154
第七章 营销你的业务	161
营销和销售的本质	162
营销计划	163
经营综合报告	163
市场分析及目标设立	164
竞争状况	166
营销目标	168
开发营销目标市场	169
制定营销策略：理解 4P 原则	175
建立战略联盟	178
营销预算	179



行动计划	180
成果检查	181
第八章 客户沟通艺术	185
理财规划师具有多种职责	187
信息处理	189
人们怎样进行沟通	190
进行沟通	193
向客户介绍理财计划并提交报告	198
第九章 经营完整业务	203
案例 1, 玛丽·里昂纳德 (Mary Leonard) —— 丈夫刚刚过世	204
案例 2, 本 (Ben) 和凯特·威尔逊 (Kate Wilson) —— 有子女的年轻职业夫妇	208
案例 3, 艾德 (Ed) 和泰米·约翰逊 (Tami Johnson) —— 即将退休的富裕已婚夫妇	215
第十章 资源与培训	219
加入职业团体	220
业务工具	222
总控钥匙计划	222
选择一种软件程序	223
理财规划书目	230
附录一 道德及职业责任法规	235
附录二 人员配备及报酬趋势	245
附录三 继续教育考试	249

第一章

理财规划新世界

介绍该领域的从业者，理财规划的起源，以及最近的行业趋势



职业发展历程

理财规划是一个相对较新的行业，是近些年出现的服务行业中涵盖范围最广的一种行业。它的起源可以追溯到 1969 年末，当时，一小群金融服务专业人士聚在芝加哥奥亥尔（O'Hare）机场附近的酒店里，讨论金融服务领域中存在的不足之处。他们谈论各自所经历的挫折，并想寻找一种方式，把新层次的客户至上理念和职业资格引入这个不为人知、概念模糊的领域内。

这次聚会的成果是在 1970 年成立了一个行业协会，以便其成员能对这个新团体所关注的问题发表意见。该协会最初被称为国际财务规划师协会，后更名为国际财务规划协会（IAFP）。该组织早期的任务是提供一个开放性的论坛，把理财服务业中各个专业领域的从业人员聚合在一起。所有这些努力终于使理财规划这一职业得以诞生。

为了使越来越多的人能够得到职业教育，国际财务规划协会于 1971 年创建了理财规划学院，以便使更多的人能够获得注册理财规划师（CFP）资格。1973 年的首届毕业班中，有 42 人获得了注册理财规划师资格。这些毕业生们紧密结合在一起，按照证书所述开展业务，其中的 36 名成员决定为注册理财规划师资格获得者们专门建立一个新协会，叫做注册理财规划师协会（ICFP）。1985 年，注册理财规划师不再由理财规划学院管理，而是成立了一个独立监管团体，并更名为注册理财规划师标准委员会（CFP Board）。

创建这一职业的规划先驱者领导了一场运动，旨在为顾客提供质量更高、目标更明确的服务。他们希望有朝一日，综合理财规划能够成为一种公认的完善渠道，规划师可以通过这个渠道为顾客提供产品和服务。为实现这一目标，他们对其业务进行了改革，创建了一种个人理财的新方式。先驱者的方法是将客户的利益放在首位，使其高于规划师个人的得失，这样就能将注意力集中在客户的需求和目标上。

这种客户目标化服务，促进了两类理财计划的发展，即局部理财计划和综合理财计划。在局部理财计划中，从业者只考虑客户生活的一个方面，如保险、投资或退休金等。综合理财计划则是一种更为细致、全面的理财方式，要考虑到影响客户生活的各个财务因素，如现金流量、教育、保险、投资、所得税、退休金及房地产等。（具体涵盖内容会在第四章作详细说明）这种理

财方式的革命性变化为一种新职业——理财规划师的发展铺平了道路。

改革者下一步要做的就是向公众介绍这种新的服务性职业。他们向公众展示他们与前人的区别,以及他们这种服务的价值所在。

当时,许多消费者都把销售保险和投资产品的人看作是野心勃勃、爱出风头、一心只想积累个人财富的推销员。这种怀疑态度和不信任感在销售者和客户之间形成了一道鸿沟。理财服务业中的股票经纪人、保险代理以及有限责任合伙企业的销售员之所以在当时不受欢迎,很大程度上是由于其所推广的理财产品。有限责任合伙企业在房地产、石油和电缆等方面都进行了投资,但由于1986年在相关领域内进行了税法革新,参与其中一些投资的股东遭遇惨败。由于许多顾客都蒙受了损失以及公众由此产生的愤怒情绪,华盛顿政府开始注意规范职业投资活动。

为了抵消负面观念,一些理财服务业人士开始寻求以一种不同的方式给客户提供帮助。他们努力以一种合理、可靠的方式为客户提供完善的理财建议,该建议不是只局限在某个专门领域,而是涵盖客户财务生活的各个方面。并且,他们希望客户了解他们在其业务领域内是受过培训的专家。

专业化趋势

总起来说,理财规划和股票及保险业仍存在着密切联系。近70%的注册理财规划师特许证持有人也同时持有证券及(或)保险执照。今天的规划师主要是一些事业停滞、正寻求改变的人们。他们从135个注册教育课程提供处获得培训,这些机构提供注册理财规划师资格及理财规划课程。但是,现在已经有越来越多的大学生主修或副修个人理财规划专业。

为了使以收费为主的理财规划业务日趋完善,规划师们不断学习各种在业务中要用到的专业知识。于是,持有多种资格证(如注册理财规划师资格证、个人理财专家资格证、特许财务顾问资格证)的规划师越来越多。这些称号享有越来越高的声望,尤其是在20世纪90年代,更是全国闻名。

之所以要在各种称号下开展业务,是为了使从业者能够遵守为保护大众利益而设立的职业高标准。当然,也有许多没有获得这些头衔的理财规划师也保持了很高的职业标准。但是,拥有资格证的规划师普遍发现他们更容易吸引客户,其一是在其所具有的出色的技术知识;其二是许多客户认为持有资格证的专家比其他从业者知识更渊博。然而获得职业称号并不是成功的先决



条件,对规划师来说,能让其在竞争中占有优势的任何事情,都是值得一做的。这一行业的竞争越来越激烈,1973年获得执照的注册理财规划师只有42人;而到了2004年,人数就增长至44 888人。

一、谁是今天的理财规划师

理财规划师来自各个领域,拥有各种执照和称号。如前所述,今天的规划师中,许多都是处于事业停滞期的专业人士,他们或是已经从以前的领域中退出,或厌倦了以前的工作,或者是希望把业务扩展到一个能对他人提供帮助的新领域。例如,许多具有20年或更长从业经验的注册会计师(CPA),发现他们的许多客户专门要求理财服务,如果他们不能提供理财规划,这些客户就会转而求助于提供这项服务的注册会计师,这样他们就面临客户流失的危险。

同样,许多经纪公司和保险公司的代表、经纪人以及相关雇员都发现,单纯依靠产品销售很难在竞争中获胜,而理财规划则提供了一种更为灵活、综合的方式来满足客户的需求。同样,越来越多的银行家发现,如果对其客户没有一个总体的理财规划,他们在服务市场中就很难有效发挥其竞争优势。这些银行家最终认识到理财规划凭借自身的优势可能成为一个利润丰厚的收益中心。

那么,所有这些意味着什么呢?对于许多理财服务业人士来说,推行以产品为中心的交易模式、忽视或无视客户需求和目的的日子已经一去不复返了。更加成熟老练、受过更好培训的理财规划师们所提供的服务,已经取代了过去的理财模式。这些规划师们通过了解客户的需求,来为客户制定最为合适的理财方案。

注册理财规划师人口统计数据图表分析了注册理财规划师执照持有者最初从事的行业,以及他们目前所持有的其他执照和(或)称号。

二、理财规划师的薪酬如何

是否掌握第一手信息及对职业的热爱程度,是精确评估理财规划奖励报酬的最佳标准。理财规划师们可以从生活方式的角度对其业务和收入进行调整。由于该职业的从业者所设计的是一个“产品系列”,因此其收入潜力无疑是无限的。理财规划师是发展迅速的企业家,能够限制他们业务发展和收入增长的因素只能是其自身的进取心、推销技术、能力和执著精神。

理财规划师的收入来源

过去,理财规划师主要是根据客户的有价证券的升值情况抽取佣金。他们认为其报酬的高低应该反映出他们销售产品的经济价值,而这些价值会随着时间的推移而增长。但是近几年来,规划师和客户之间的关系发生了变化。一场静静地逐步展开的变革正在发生,规划师的报酬基础由高风险的佣金变为稳定的服务费。这种趋势产生的原因,是人们认为如果规划服务和理财策略结合在一起,而不是只针对具体的金融产品或公司给出建议的话,规划师就应该并且能够做到更为独立、客观。

那些努力增强自身专业性的规划师们试图证明,客户的需求是至高无上的,其重要性远远高于代理商的销售额。规划师仍然希望能有机会获得高额的收入,但是现在其个人收入已不再与商业产品挂钩。新的理财规划师们寻求一种中立位置,就像其他服务性职业,如注册会计师和律师那样。

许多理财规划师在相对较短的时间内就完成了报酬模式的彻底转变,除了可能出现的利益冲突。越来越多的规划师们放弃了固定的佣金,转而按小时收取服务费或签订项目合同。

这种观念的转变有许多好处。首先,对于经过培训的规划师而言,来自产品销售额或规划“成果”的压力减轻了,他们可以把注意力转向规划“方法”。客户显然更愿意购买一整套的理财过程,而不仅仅是针对某个产品的购买建议。事实上,客户的股票经纪人已经提供了后一种服务。由此,理财规划师得以与证券交易商区别开来。规划师的形象也开始提高至顾问的高度,而不是销售人员。

这种变化对于一部分规划师而言是一种冲击;但在其他规划师眼中,这只是一次轻而易举的转变。一些规划师无法完成彻底的转变,而成为所谓的以收费为主的理财规划师,即既收取佣金又收取服务费。而其余的规划师则放弃了全部佣金,成为只收取服务费的理财规划师。(第六章将对收益的产生作更多的讨论)

理财规划这一职业知名度的日益上升,其未来报酬来自收取的服务费。事实证明,花钱聘请规划师是非常值得的。结果,越来越多的客户愿意承担风险为这一服务付费,就像他们为医生、律师或注册会计师的咨询服务付费一样。



如其他专业服务的定价情况一样,理财规划的报酬情况也取决于市场压力。规划师提供的服务越有特色(从服务范围和质量来看)、越与众不同,其报酬也就会越高。精细的竞争分析、产品的发展计划、客户业绩的文件记录,所有这些都直接影响着收益的能力和报酬的可持续性。像其他行业一样,理财规划的定价也受增值服务的影响。聪明的理财规划师把各类报酬方案结合在一起,以减轻由竞争压力的变化和股市波动等其他因素所带来的风险。

表 1-1 显示了注册理财规划师执照持有者的构成情况,表 1-2 表示注册理财规划师从业人员的报酬情况。如前所述,现在占主导地位的报酬模式是服务费与佣金的混合形式:前者保证了规划师的稳定收入量,后者则是根据其为客户代理产品的优良业绩所得的奖励。想了解更多信息,请见附录二:人员配备及报酬趋势。

表 1-1 注册理财规划师执照持有者构成情况

目前注册理财规划师资格证持有者从事的业务种类	总百分比
个人理财规划	31%
证券	11%
会计	5%
税款准备	3%
保险	5%
银行业	3%
教育	1%
法律	1%
其他	3%
未详细说明	38%
所持有的其他执照	总百分比
证券	68%
保险	69%
注册会计师	16%
投资顾问代表 (IAR)	34%
房地产	4%
律师	3%
无其他执照	11%
年龄	总百分比
20~29	3%
30~39	19%
40~49	34%
50~59	31%
60~69	11%
70~79	2%
80 以上	0%

(续)

性别	总百分比
男性	76%
女性	24%
收入最高的几个学位	总百分比
准学士学位	3%
学士学位	56%
学士及法律博士学位	2%
硕士学位	29%
硕士及法律博士学位	1%
博士学位	2%
无学位	7%

资料来源: CFP BOADD'S CFP PRACTITIONER SURVEY, 2004

表 1-2 注册理财规划师从业人员报酬

主要报酬	总百分比*
服务费和佣金	54%
佣金	11%
只收服务费	29%
薪水	4%
其他	1%
注: * 由于四舍五入, 因此总和并不等于 100%	
平均收费水平	美元
小时费	162
单一理财计划	894
综合理财计划	2 316
规划师的收入	美元
获得注册理财规划师资格证之前的总收入	54 000
获得注册理财规划师资格证之后的总收入	72 000
目前年平均总收入	219 000
目前年平均净收入	142 000

资料来源: COLLEGE FOR FINANCIAL PLANNING'S 2004 SURVEY OF TRENDS IN THE FINANCIAL PLANNING INDUSTRY

理财规划业出现的市场商机

对规划师而言, 理财规划业前方的道路存在着许多新机遇。注重扩大产品组合和客户群的规划师们, 必须意识到这些机遇, 并快速作出反应, 这样才能在竞争中立于不败之地。



主要的趋势包括以下几点。

- (1) 理财规划师这一职业的吸引力日益强大。
- (2) 人口统计数据的变化及相应的财富变化。
- (3) 双收入家庭夫妻同酬现象增多。
- (4) 美国经济状态。
- (5) 获取在线财务信息。
- (6) 消费者对于理财规划服务的需求。
- (7) 来自全服务理财机构的竞争日益激烈。

一、理财规划业，一个新兴的增长型行业

根据各项调查，注册理财规划师执照持有者把以下几项作为其高度职业满足感的来源。

- (1) 对客户生活质量的积极影响。
- (2) 有机会成为企业家。
- (3) 人际交往是工作内容的重要部分。
- (4) 应用专业技能解决客户难题。
- (5) 业务所具有的竞争性。
- (6) 收入增长的无限性。
- (7) 开发新业务的挑战。
- (8) 低商业风险。

有趣的是商业风险是理财规划师们最后考虑的因素。笔者访问了几位规划师，当被问到他们为什么选择进入理财规划这一行业时，绝大多数人都表示他们是想帮助别人。规划师希望看到客户得到充分的财务信息，并为未来做好充分准备。这一人性化的动机，在很大程度上使规划师所享有的理财收益变得合理。

理财规划这一职业的本质就是一种挑战——一种解决生活质量问题的挑战，在这场挑战中，能够束缚从业者业务发展的，只有其自身的意志力和创造力。

二、人口统计数据的变化及相应的财富变化

人口统计数据的变化促使理财规划业发生了重大转变。4千万婴儿潮^①成

① 婴儿潮：“二战”之后美国曾出现一次生育高峰，称为婴儿潮。