

银行新业务丛书

总主编 李春满

总策划 秦永顺

法人理财业务

主编 郑向居 副主编 于咏全 王鸿雁

NEW
BUSINESS
OF BANKS SERIES

吉林大学出版社

银行新业务丛书

总主编 李春满

总策划 秦永顺

法人理财业务

主编 郑向居 副主编 于咏全 王鸿雁

江苏工业学院图书馆

藏书章

BUSINESS
OF BANKS SERIES

吉林大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

法人理财业务 / 郑向居主编. — 长春: 吉林大学出版社, 2008.11

(银行新业务丛书 / 李春满主编)

ISBN 978-7-5601-3807-7

I. 法… II. 郑… III. 法人—银行业务

IV. F830.4

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 167930 号

书 名: 银行新业务丛书

法人理财业务

作 者: 郑向居 主编

责任编辑、责任校对: 黄凤新

吉林大学出版社出版、发行

开本: 787×1092 毫米 1/16

总印张: 63.75 总字数: 1200 千字

ISBN 978-7-5601-3807-7

封面设计: 张娜

长春永恒印业有限公司 印刷

2008 年 11 月 第 1 版

2008 年 11 月 第 1 次印刷

总定价: 152.00 元

版权所有 翻印必究

社址: 长春市明德路 421 号 邮编: 130021

发行部电话: 0431-88499826

网址: <http://www.jlup.com.cn>

E-mail: jlup@mail.jlu.edu.cn

前言

当今的中国银行业，涌动着业务创新的激情，谱写着科学发展的诗篇。据媒体报道，2008年7月17日，中国建设银行正式推出了一项新业务：私人银行业务，旨在为金融资产超过1000万元人民币的高净值客户提供资产管理业务。在此之前，已经有工行、中行、招行、交行、东亚、中信、汇丰、渣打等多家银行启动了私人银行业务。这只是万花丛中一点红，更耀眼的业务创新已悄然展开。在北京奥运会期间，中国银行根据北京奥组委提出的要求，并经中国人民银行和国家外汇管理局批准，推出了“奥运临时账户”业务，以满足境外机构在我国各奥运赛区开立账户及其结算等需求；工行与宝钢集团签署《金融合作及投资银行服务协议》，双方将在兼并收购、资产证券化等领域进行合作。

围绕客户需求变化的银行金融产品创新将高潮迭起。例如，针对利率调整的不确定性增加，将加快创新利率衍生金融业务，帮助投资者有效管理短期利率风险；同时针对人民币加速升值，将向出口型企业开发更具针对性的外币保值和现金管理业务；在股票市场和资源品价格节节攀升时，推出更多与股票、股指、黄金、石油等挂钩的理财产品，以提高客户理财收益率；根据公司客户的不同特征，在供应链融资、贸易融资、中小企业融资、票据贴现、按揭贷款等业务领域都将继续推陈出新，注重市场细分的同时加强金融服务品牌塑造。

与业务创新密不可分的是服务手段的创新，如网上开证、电子票据、电子报关、电话银行、银企直连等都将成为银行提升服务效率、加快业务发展的创新突破口。除了对公贷款、按揭贷款等传统业务领域，近年，快速成长起来的中小企业融资、综合理财、现金管理等新兴银行业务的竞争将进一步升级。在中小企业融资上，随着国家政策的积极鼓励、参与者的不断加入，以及银行自身业务组织架构的

形成，争抢这一曾经被市场冷落的“蛋糕”的时代将真正到来。

银行业务创新，是时代的要求。当今，全球经济一体化步伐加快，信息技术迅猛发展，人类财富迅速增长，社会生活水平不断提高，处处彰显中国经济新景象。新经济的蓬勃发展唤醒了国民的理财意识，催生着新金融，对金融业提出了更高、更新的要求。客户更加关注银行，希望通过银行巧施魔法，使他们的财富保值增值。面对新金融时代的到来，中国银行业迎来了前所未有的商机，业务领域更趋广泛，产品类型更趋丰富，银行服务更趋个性化。

银行业务创新，是竞争的需要。加入世界贸易组织后，中国金融市场对外全面开放，外资金融机构和各类潜在进入者的全面渗透，使中国银行业的市场集中度被稀释，银行间的竞争更趋激烈，中国商业银行将同时面临更为严峻的挑战，国内商业银行纷纷寻找提升自身竞争能力的有效手段，纷纷研究适应新金融的经营策略。经过几年的摸索与实践，进行银行业务创新成为众多国有商业银行普遍关注和探索的思路，成为强化综合竞争能力的有效途径。

银行业务创新，是股东的期盼。投资要取得利润，投资于商业银行的股东，客观上要求有合理的利润回报。银行必须向股东负责。为股东创造价值，为员工创造利益，是银行经营的目标之一。现代商业银行就像一棵成长的大树，植根于科学管理的土壤，生长出核心竞争力的枝干，繁衍出金融产品的绿叶，最后满足股东、员工和社会公众的需求。没有金融产品，银行无法立足；不创新金融产品，银行也难以发展。金融产品的更新换代，将是银行经营的永恒主题。

对于普通百姓来说，银行业务创新是看得见、摸得着的，从中感受到的好处也是实实在在的。对于银行来说，有了相关机制的保障，才有了源源不断的新产品和不断跟进的风险管理。所以，2006年末，银监会出台了《商业银行金融创新指引》，对金融产品创新的基本原则、运行机制、客户利益保护、风险管理、监督管理等方面进行了规范，以鼓励、支持和指导商业银行的金融创新活动。为了更好地开展金融创新工作，也为有效执行《指引》相关规定，各商业银行都成立了相关部门专门负责此项工作。2007年4月底，中国工商银行总行成立了产品创新管理部，负责组织、推动和协调全行产品创新工作；交行则成立了金融产品管理委员会，完善修订了本行的《金融产品管理委员会章程》及《金融产品管理暂行办法》；北京农村商业银行在总行层面专门增设了行长亲自挂帅的创新工作指导委员会，并指定专门机构专司全行创新组织管理职能，建立起权威、专业、完善的创新工作组织体系；建行已经把流程作为客户服务、产品创新、风险控制和合规操作的

运行基础；招商银行成立新产品开发领导小组，按照零售条线和批发条线设立了新产品开发决策委员会，在多家分行建立了公司银行业务创新工作站，鼓励分行的业务创新与发展。

在金融创新的浪潮中，监管层、银行、金融研究机构都从不同角度、不同层面发挥着积极作用。中国工商银行长春金融研修学院作为总行直属的研究培训机构，一直关注、跟踪、研究银行业务创新及其发展趋势，近几年来，每年都围绕银行业务与经营选择一个重点课题进行研究，并将研究成果公开出版，服务于金融业。2008年，学院选定的重点科研课题就是“银行新业务”，现在出版的这套《银行新业务丛书》就是这一研究课题的阶段成果。这套丛书包括四个业务方向：私人银行业务、投资银行业务、金融租赁业务、法人理财业务。这四个方面，都是银行的新兴业务，是银行管理层和广大银行从业人员密切关注、不断实践并深入探讨的领域。出版这套丛书的目的在于，为业界同仁提供一套系统的学习参考教材，帮助大家拓展新业务，推动金融创新进程。愿银行业务与经济发展共辉煌，祝金融创新与客户需求同成长。

中国工商银行股份有限公司长春金融研修学院党委副书记、常务副院长 李春满

2008年10月 长春

目 录

◎ 第一章 银行法人理财业务概述	1
本章导言	2
第一节 银行法人理财及其内容	2
一、银行法人理财的含义	2
二、银行法人理财的内容	8
三、银行法人理财的意义	11
第二节 银行法人理财业务的产生与发展	13
一、西方企业法人理财的产生与发展	13
二、我国银行法人理财的现状	14
三、工商银行法人理财业务的发展	17
第三节 银行法人理财业务的风险管理	19
一、银行法人理财业务中的风险	19
二、银行法人理财业务的风险管理	21
本章小结	22
本章案例	22
参考文献	33
◎ 第二章 银行存款类理财产品	35
本章导言	36
第一节 银行存款基础知识	36
一、银行存款与银行对公存款	36

二、银行对公存款的特点	36
三、对公存款的种类	38
四、对公存款的计息	38
第二节 对公存款政策及管理	40
一、对公存款的管理原则	40
二、账户管理	40
三、对公存款的变更、挂失及查询规则	43
第三节 一般性银行存款	44
一、人民币存款	44
二、外汇存款	47
第四节 特殊性银行存款	49
一、协定存款	49
二、通知存款	52
三、协议存款	54
四、住房委托存款	55
第五节 理财类银行存款	56
一、集团账户存款	56
二、资金池	59
三、结构性存款	60
本章小结	63
本章案例	63
参考文献	66
 ◎ 第三章 银行新兴法人理财产品	67
本章导言	68
第一节 银行法人理财产品概述	68
一、银行法人理财的优越性	68
二、银行法人理财产品的类型	70
三、工商银行法人理财产品的认购流程	71
第二节 超短期类理财产品	72
一、固定期限滚动投资理财产品	72

二、无固定期限自动投资理财产品	76
第三节 固定收益类理财产品	81
一、“债市通”理财产品	81
二、信托融资型固定收益理财产品	84
三、票据型固定收益理财产品	85
第四节 浮动收益类理财产品	85
一、信托类浮动收益理财产品	85
二、票据类浮动收益理财产品	88
三、权益类浮动收益理财产品	91
第五节 资本市场类理财产品	95
一、资本市场类理财产品概述	95
二、新股申购类理财产品	95
三、类基金理财产品	102
四、股权投资理财产品	104
第六节 全球市场类理财产品	104
一、代客境外理财业务	105
二、“珠联璧合”理财产品	109
三、外币理财产品	109
本章小结	110
本章案例	110
参考文献	111
 ◎ 第四章 跨市场法人理财产品	113
本章导言	114
第一节 证券法人理财产品	114
一、券商集合资产管理计划	114
二、券商专项资产管理计划	115
三、券商理财产品投资程序	116
第二节 基金法人理财产品	121
一、基金法人理财产品介绍	121
二、基金法人理财产品买卖程序	132

第三节 信托法人理财产品	138
一、信托法人理财产品简介	138
二、信托法人理财产品的买卖程序	139
第四节 保险法人理财产品	141
一、保险法人理财产品简介	141
二、保险法人理财产品的买卖程序	143
第五节 QDII 和 QFII	145
一、QDII	145
二、QFII	147
第六节 其他法人理财产品	151
一、期权理财产品	151
二、股指期货理财产品	155
本章小结	156
本章案例	156
参考文献	157
 ◎ 第五章 法人客户理财产品组合	159
本章导言	160
第一节 风险偏好组合	160
一、理财产品的风险性	160
二、风险偏好与风险承受能力	161
三、理财产品风险性、流动性与收益性的关系	162
四、不同风险偏好的不同理财产品配置	164
第二节 行业理财组合	165
一、行业分类	165
二、行业金融服务需求及产品组合	166
第三节 集团客户理财组合	170
一、集团客户的界定	170
二、集团客户财务管理模式	171
三、集团客户的金融需求	172
四、集团客户理财产品组合	172

第四节 现金管理服务	173
一、现金和现金管理	173
二、现金管理服务	173
三、银行现金管理服务十大解决方案	174
第五节 工商银行“财智账户”	178
一、收款服务	179
二、付款服务	180
三、账户管理及信息服务	181
四、流动性管理服务	183
五、资金增值服务	185
六、风险管理服务	186
七、供应链金融服务	187
八、工商银行的服务渠道	189
本章小结	190
本章案例	190
参考文献	202
 ◎ 第六章 法人理财产品营销管理	 203
本章导言	204
第一节 银行法人理财产品营销策略	204
一、银行法人理财业务的发展路径	204
二、银行法人理财业务的营销策略	208
第二节 营销人员管理	213
一、营销人员基本素质	213
二、柜员管理	214
三、客户经理管理	220
第三节 营销渠道管理	223
一、营销渠道的分类	223
二、营销渠道的特征	225
三、营销渠道的设计	228
四、营销渠道的管理	230

五、网络银行渠道.....	232
第四节 营销技巧与艺术.....	234
一、营销全流程决策管理.....	234
二、广告宣传技巧与艺术.....	237
三、客户关系维护及推销技巧.....	243
四、定向销售技巧与艺术.....	245
本章小结.....	247
本章案例.....	248
参考文献.....	250
◎ 附 录	251
◎ 后 记	264

第一章

银行法人理财业务概述



学习目标

了解银行法人理财的基本涵义、内容与产品构成

了解银行法人理财业务的现状与发展趋势

认识法人理财业务重要性，同时知晓法人理财风险及其管理



重要术语

理财 银行理财 公司理财 法人 法人理财 银行法人理财 银行法人理财产品 跨市场
法人理财产品 理财产品组合 理财风险



名人名言

提出正确的问题，往往等于解决了问题的大半。

——海森堡



本章导言

客户需要理财，银行需要借助理财业务拓展金融服务的空间，增加利润的来源，调整收入结构。目前，随着个人理财市场的日益成熟，国内商业银行开始把目光转向未来发展潜力和空间巨大的法人理财业务，将其视为新的利润增长点。然而，从总体上看，法人理财市场尚处于起步阶段，相对于个人理财而言，受到的限制比较多，商业银行开展法人理财业务既有广阔的前景，又面临新的挑战。本章从介绍法人理财的基本概念入手，从银行视角对法人理财的基本知识，包括法人理财、法人理财产品，法人理财的现状与发展趋势，法人理财风险管理等等，做了概要性的阐释，使读者对法人理财有一个基本的了解。

第一节 银行法人理财及其内容

一、银行法人理财的含义

（一）理财

随着经济的快速增长与国民财富的增加，我国已经进入个人理财时代，金融机构、商业银行需要通过理财拓展金融服务的空间和利润的来源，实现收入结构调整。理财对商业银行的员工来说是一个很熟悉、很热门的词汇。

然而，对于“什么是理财？”目前为止，还没有一个权威的、为各方所接受的定义。

1. 从理财主体看理财

就理财的主体而言，个人、法人、家庭、公司、企事业单位、政府部门乃至国家等等，都有理财活动。所以，从给谁理财的角度看，只有两类：个人理财和法人理财。

个人理财是专业理财人士或机构以个人客户为服务对象，通过收集客户家庭状

况、财务状况和个人生涯目标等资料，明确其理财目标和风险属性，分析和评估其财务状况，为其量身定制合适的理财方案并及时执行、监控和调整，最终满足客户人生不同阶段的财务需求，实现人生在财务上的自由、自主和自在。通常情况下人们所谈的理财大多是指这种个人理财。这里需要说明的是，个人理财和家庭理财是同一个概念，只不过中西方对其称谓不同而已。在西方，由于个体独立性强，一般称为个人理财；而在中国，由于家庭观念较重，以家庭为主体进行理财的活动更加普遍，对此也有人把个人理财称为家庭理财。

法人理财是新近出现的概念或理财种类。这里的法人和法人理财与法律上意义上的概念不完全对等。法人是相对于自然人或公民而言的另一类主体，我国《民法通则》将其表述为：具有民事权利能力和民事行为能力，依法独立享有民事权利和承担民事义务的组织，简言之，法人是具有民事权利主体资格的社会组织。依据《民法通则》的分类，法人分为企业法人和非企业法人两大类，主要有四种：机关法人、事业法人、企业法人和社团法人。由此，法律意义上的法人理财应该包括机关法人理财、事业单位法人理财、企业法人（或公司）理财、社团法人理财等等。但目前金融机构、各家银行鉴于政府机关及事业单位受限较严，所做的法人理财基本上是为经营机构或企业法人提供理财产品或服务。

2. 从理财范围看理财

就理财的范围而言，涉及到很多方面，如金融、社保、贵金属投资、房地产、收藏等等。理财的范围如何界定，取决于对“财”的理解或界定。

“财”有狭义和广义之分。狭义的“财”是指能够给所有者直接带来利益、价值的有形资产或无形资产，前者指的是特定主体所控制的、具有实物形态、对个人或法人长期发挥作用并能直接带来经济利益的资源，如房屋、汽车、家具、珠宝、有价证券（各种货币资产、股票、基金、债券、信用卡）等，后者则是不具实物形态的、对个人或法人长期发挥作用并能带来经济利益的资源，包括各种知识产权（如专利、版权）等。广义的“财”指的是财富，内涵极为丰富，除包括狭义的财之外，还包括可以间接带来利益、价值的无形资源，例如社会关系、智慧、荣誉、健康、知识、理念、经验、形象等等，这些东西同实物形态的财相比，是无形的、虚拟的财富，一般不好量度，但在一定条件下可间接转化为狭义的财，例如合法地利用人际关系可以方便地创造价值；企业的商标是无价之宝，却可以由中介机构评定其价值，以一定的价格标示出来。一般意义上的理财对象是指狭义的财。

3. 从理财提供者看理财

就理财提供者（也就是谁去理财）而言，商业银行可以代客理财，证券公司、保险公司、基金公司及其他理财中介机构也可以为客户提供理财服务。本书介绍的是银行理财中的法人理财，简述为银行法人理财，但在理财产品内容中，将涉猎基金、保险、证券、外汇等跨行业理财。

（二）银行理财

1. 什么是银行理财

所谓银行理财，指的是商业银行利用掌握的客户信息与金融产品，通过了解和发掘客户需求，分析客户的财务状况，为客户量身定制财务管理目标和计划，并帮助其选择金融产品，以实现客户财务目标的一系列服务过程。银行理财侧重于金融理财产品提供及相应的理财服务，一般不涉及实物投资。

2. 银行理财的特点

与银行、保险公司、证券机构等提供的理财服务相比，由于银行在整个经济中的特殊地位，使银行理财具有其自身的独特性，主要表现为以下几个特征：

（1）资金实力雄厚。根据巴塞尔协议的最低资本充足率要求，商业银行在持续经营的全过程中，必须时刻将资本充足率保持在8%以上。而且我国商业银行，尤其是原四大国有商业银行都有国家政策、资金的扶持，因此与保险公司、证券公司、基金公司相比，银行有更雄厚的资金实力支撑理财服务。

（2）信誉好、安全性高。任何客户在求助理财顾问的时候，最关心的一个问题就是资金的安全性。银行在金融机构中诚信度是最高的，其稳健经营的风格给社会、给客户留下了信誉良好的印象。由于各国中央银行都有严格的存款准备金制度和银行监督管理委员会的严格监管，从根本上保障了客户的资金安全。

（3）网点众多、方便快捷。银行的网点数量众多，分行、各级支行、分理处、储蓄所等遍地开花，资金的划拨非常的快捷，比如工商银行，按照市场细分原理，把网点分为金融便利店、理财中心、综合理财中心、贵宾中心、财富中心甚至私人银行，不同层次的客户可以到不同的网点办理金融业务，而理财中心以上级别的网点都可以接受对应客户的理财服务。同时，由于银行的业务已经渗透到企业经营和管理的方方面面，企业对银行业务的操作流程比较熟悉，因此更愿意通过银行进行理财。

（4）渠道多样、方便及时。银行除物理网点之外，还开发了电子银行、自助终端等服务渠道，可以为客户提供7×24小时的全天候服务，有利于客户任何时间、任何地点、以任何方式参与和决策理财活动，并且在可以预见的未来，当手机

银行开发成功，当手机与银行物理网点、电话银行乃至网上银行连接起来后，客户能够享受到的金融服务会更方便、更及时，当然银行在客户理财方面获得的市场机会也就更多。

(5) 专业而客观。从专业性方面分析，银行的专业设置、部门分工极为细致、明确，理财业务设有特定的部门负责经营管理，并配有受过专业训练、获得了专业资格证书、经验丰富的专业理财人员，他们按照专业流程操作，为客户理财。从理财态度的客观性方面分析，银行的理财专家相对证券公司、保险公司的理财专家而言，也更为客观。因为银行不仅仅销售自己的产品，同时还代理了品种繁多的证券、保险、基金等金融领域各家公司的金融产品，所以有条件跳出自身产品的局限，能从不同类型、不同公司的产品中挑选出最适合客户需要的产品推荐给客户，做投资组合，而不仅仅销售某种类型的、本公司的产品。换言之，银行能够以中立的角色来开展专业化的、客观的理财服务，为客户制定更为合适的理财计划。

(三) 银行法人理财

如上所述，从客户角度，即给谁理财方面看，银行理财业务可分为个人理财和法人理财，相对而言，个人理财是商业银行理财业务中标准化程度高、比较成熟而又竞争激烈的一项综合性业务，市场上相关的教材、案例、资料比较多，而法人理财（银行业内人士习惯上区分为两类：公司理财或企业理财、机构理财），由于企业法人及非企业法人自身的特殊性，资金受限较多，起步较晚，这块市场相对比较平静、略有点神秘，被银行视为潜力巨大、空间无限的业务，受到空前的重视。

银行法人理财即商业银行的法人理财，它指的是商业银行根据法人客户的需求，为其提供财务分析、投资顾问等专业化服务，并相应的设计金融产品或产品计划以满足客户需求的综合性服务活动。也有人将银行法人理财业务表述为：银行在向法人客户提供理财顾问服务的基础上，接受其委托和授权，按照事先约定的投资计划和方式进行投资和资产管理的业务活动。后一种表述偏重于投资理财，而事实上，比如银行提供的存款类理财产品，与传统的存款品种相比，银行理财产品在流动性、收益性、交易方式、产品类型等方面都有很大区别，更加侧重于“投资”的功能。

国内外商业银行习惯上将向企业和机构客户提供的理财业务称作资产管理业务。

从本质上讲，商业银行的法人理财业务是为了满足法人日益增长的理财需求而兴起的：暂时闲置的资金、尚未使用的融资款、从证券市场撤出的投资等等，对于