

JINRONG YINGXIAO
LILUN YU SHIWU

金融营销理论与实务

● 李山虞 编著

 **北京理工大学出版社**
BEIJING INSTITUTE OF TECHNOLOGY PRESS

金融营销理论与实务

李山赓 编著

内 容 提 要

本书的主要内容包括：认知金融产品与金融营销，金融营销调研，选择金融营销目标市场，制定金融营销策略，模拟金融产品营销，金融实战营销，以及交流金融产品营销成果等。本书力求将金融营销理论与实务相结合，促使学生掌握金融营销的方法，提升营销实际能力。

本书适用于高等院校金融、银行、保险、证券、投资、理财、国际贸易、物流、营销、财经、管理等专业的学生学习使用，也可作为金融机构从业人员了解金融法律知识、提升工作技能的参考书。

版权专有 侵权必究

图书在版编目（CIP）数据

金融营销理论与实务/李山赓编著. —北京：北京理工大学出版社，2016.8

ISBN 978-7-5682-2907-4

I. ①金… II. ①李… III. ①金融市场-市场营销学-高等学校-教材 IV. ①F830.9

中国版本图书馆 CIP 数据核字（2016）第 200566 号

出版发行 / 北京理工大学出版社有限责任公司

社 址 / 北京市海淀区中关村南大街 5 号

邮 编 / 100081

电 话 / (010) 68914775（总编室）

(010) 82562903（教材售后服务热线）

(010) 68948351（其他图书服务热线）

网 址 / <http://www.bitpress.com.cn>

经 销 / 全国各地新华书店

印 刷 / 三河市华骏印务包装有限公司

开 本 / 787 毫米 × 1092 毫米 1/16

印 张 / 19.5

字 数 / 460 千字

版 次 / 2016 年 8 月第 1 版 2016 年 8 月第 1 次印刷

定 价 / 55.00 元

责任编辑 / 梁铜华

文案编辑 / 梁铜华

责任校对 / 周瑞红

责任印制 / 李志强

图书出现印装质量问题，请拨打售后服务热线，本社负责调换

前 言

《金融营销理论与实务》的教学和实践从未像今天这样富有挑战性，令人振奋。进入 21 世纪以来，我们目睹了各类金融企业、金融市场的变革和金融营销工具的创新。在 2016 年以前，我们仍然经常看到金融报刊报道诸如银行不良贷款风险、股市风波、垃圾债券、保险竞争、非法集资、黄金交易峰谷和衍生金融工具，以及鼓励白银交易等信息。此外，对“实际期权”、私募权益资本与风险资本和股利消失等产生新的认识。全球的金融市场也未曾像今天这样一体化。为适应金融营销的理论与实践快速发生变化的形势，教学必须与之保持同步。

这些变化和发展给金融营销这一课程的教学提出了新的任务。一方面，日益变化的金融营销使得金融营销的教学内容难以迅速更新。另一方面，教师必须在纷繁变化的潮流中去伪存真，精选具有意义的永久题材。我们解决这个问题的办法是集中关注现代金融营销理论基本原理，并将这些原理与实例结合起来阐述，同时，越来越多的实例来自国内外。由于许多学生局限于书本知识，因此他们认为金融营销是一门综合各种不同的论题于一体的课程。我们的目标就是要以某些综合和十分直观的动作过程展示金融营销。

考虑到高等院校教学的实际情况，李山赓教授在编写本书的过程中，根据“理论够用”的原则，剔除了那些晦涩难懂的理论内容，以便于学生掌握课程要领，便于学生看懂、自学。通过老师与学生对本教材的教与学，使学生掌握：公司在市场经济条件下，如何认知金融产品与金融营销、怎样调研金融营销、如何选择金融营销目标市场、怎样制定金融营销策略、如何模拟金融营销、怎样进行金融实战营销、怎样总结金融营销工作成果。学生通过学习，掌握《金融营销理论与实务》的基本内容和操作技能，学会银行营销、证券营销、保险营销、投资营销决策和操作，以获得可观的经济效益与社会效益。

第一章 认知金融产品与金融营销	(1)
导论一 2015—2016 年年初国内外金融营销大平台 ——股市跌宕起伏、惊天动地	(2)
导论二 学习金融营销理论与实务的理念、目的和意义	(7)
第一节 金融、产品、金融产品及其种类	(9)
第二节 金融营销及其特点	(21)
第三节 金融衍生产品	(31)
第四节 金融营销的现状和对策	(45)
第二章 金融营销调研	(53)
第一节 金融营销调研的功能	(53)
第二节 金融营销调研的方法	(57)
第三节 金融营销调研资料的整理和分析	(72)
第四节 金融营销调研报告的撰写	(74)
案例分析一 牡丹卡调查体系的策划	(77)
案例分析二 如何有效收集与分析客户需求?	(78)
第五节 客户的需求观	(79)
案例分析三 2014 年某市农村金融业发展情况调研报告	(82)
第六节 金融调研与金融营销的行业特点	(86)
第三章 选择金融营销目标市场	(97)
第一节 金融市场细分	(97)
第二节 金融目标市场选择	(104)
第三节 金融市场定位	(108)
案例一 村镇银行市场定位的探析	(113)
案例二 商业银行市场营销定位分析	(115)
案例三 兴业银行“安愉人生”养老金融服务添彩“敬老月”	(117)

视野拓展一 保险产品的目标市场策略	(119)
视野拓展二 当代中国的 10 大社会阶层	(122)
视野拓展三 银行卡竞争“绑式营销”制胜 个性结盟对准细分市场	(124)
第四章 制定金融营销策略	(127)
第一节 金融产品策略、价格策略制定	(128)
第二节 我国金融企业产品定价存在的问题与改进措施	(134)
第三节 金融企业产品的定价策略和方法	(136)
第四节 金融营销渠道策略制定	(144)
第五节 金融促销策略制定	(146)
案例一 某商业银行国庆中秋营销方案	(150)
案例二 众安在线获批 保险业传统模式谋变	(152)
案例三 “三马”保险开业 将突破国内现有保险营销模式	(153)
案例四 某证券营业部营销策划方案	(154)
视野拓展一 最应关注的 10 个金融重点、热点问题	(161)
视野拓展二 我国网络银行的发展现状及其未来发展趋势	(162)
视野拓展三 保险遇上互联网：呼唤新思维	(169)
视野拓展四 大数据遇到保险 互联网保险出现新模式	(169)
视野拓展五 2015 年 1 月起保险宣传上飞机	(170)
第五章 模拟金融产品营销	(173)
第一节 金融营销开发客户的步骤	(174)
第二节 金融营销客户促成技巧	(187)
第三节 客户异议处理	(192)
第四节 售后服务、维系客户	(198)
第五节 金融产品营销角色扮演	(200)
第六节 金融营销角色扮演的操作步骤	(206)
第七节 金融营销晨会	(207)
案例一 金融营销角色扮演培训	(212)
案例二 招聘：金融公司人力资源部经理角色扮演	(213)
案例三 银行营业网点金融销售情境实践训练	(214)
案例四 信用卡营销渠道之争	(217)
第六章 金融实战营销	(219)
第一节 金融实战营销计划	(220)
例会一 你准备好了吗？	(222)
例会二 如何做一名合格金融营销员	(223)
例会三 保持良好的工作习惯	(229)
例会四 优良心态 宏观头脑 微观能量	(230)
例会五 投资理财规划书的书写	(235)

案例 家庭（个人）理财规划书	(239)
例会六 保险计划书的撰写	(243)
例会七 抓住时机、及时促成	(246)
例会八 金融产品营销中客户类型和心理的把握	(249)
实战记录一 金融营销工作目标设定	(253)
实战记录二 我国投资咨询服务公司的经营状况分析	(256)
实战记录三 客户分析	(259)
实战记录四 工作日志填写要求	(261)
第七章 金融营销总结	(263)
案例一 2015 年××银行分行工作总结	(264)
案例二 2015 年××银行行业作风建设工作总结	(269)
案例三 金融理财营销人员 2015 年工作总结	(271)
案例四 银行信用卡营销工作的心得	(275)
案例五 农村银行卡等金融产品营销的意义、问题与对策	(276)
第八章 交流金融产品营销成果	(279)
第一节 演讲与演讲技巧	(279)
第二节 演讲精彩开头的 6 种方法	(285)
第三节 竞岗竞聘演讲的 7 大技巧	(287)
实践训练一 金融产品营销实习总结	(290)
实践训练二 金融投资经验交流	(293)
案例一 演讲稿	(293)
案例二 ××分行召开“创新营销模式服务流程改进” 经验交流、演讲会	(294)
案例三 2015××市金融服务精英赛总结表彰会举行	(295)
实训训练三 金融营销精英评选、表彰改革	(298)
参考文献	(302)

认知金融产品与金融营销

教学目标

1. 能力目标

能根据《金融营销理论与实务》了解国内外金融营销大平台——股市、证券市场、保险市场、资金市场、资本市场，认知金融营销的运行程序；

能结合《金融营销的理论与实践》分析银行业产品创新呈现的六大特征和金融创新的五大趋势；

能结合《金融营销的理论与实践》分析2013—2015年的金融创新产品；

能通过参观金融机构，了解其金融营销策略、金融产品并撰写观后心得体会。

2. 知识目标

对金融产品与金融营销的认知达到一定高度，能初步掌握、整理并分析金融营销的现状和对策。

主要知识点

必须在学习与实践掌握金融、产品、金融产品、银行产品、保险产品、证券产品、银行卡、信用卡、借记卡、贷记卡、准贷记卡、理财、负利率、金融衍生产品等基本知识。

- (1) 金融营销及其特点；
- (2) 银行业产品创新呈现六大特征；
- (3) 列出打造金融创新方舟的五大趋势；
- (4) 列举2013—2015年的金融创新产品；
- (5) 金融营销的现状和对策；
- (6) 学习金融营销实务的理念、目的和意义。

实践模式

到金融机构参观，了解其金融营销策略、金融产品，撰写观后心得体会。

导论一 2015—2016 年年初国内外金融营销大平台

——股市跌宕起伏、惊天动地

金融营销的平台有很多。商业银行的存贷款、资金市场、银行卡等营销平台，保险公司的寿险、财险等各类险种平台，证券公司的股市、债券、基金、期货等平台，都曾出现过繁花似锦、万紫千红，或跌宕起伏、悲悲切切的各种场景。目前世界各国正遭遇几十年一遇的惊天动地、起伏跌宕的股市大动荡。股票、债券、保险、存贷、银行卡等金融营销的繁荣与萧条，既受国内外大环境、国家政策的影响，也与金融营销人员——证券从业者、保险从业者等人员——的营销水平与能力息息相关。虽然“胜败乃兵家常事”，但是股市、证券、保险市场的“常胜将军”也不在少数。所以，学习、研讨金融营销市场的大环境，以及金融营销的理论与实务，就显得十分必要与重要。

一、全球股指跌入熊市区间

2016 年 1 月 20 日，全球股市加速下跌。富时环球指数（FTSE All World Index）在交易时段曾一度跌入熊市区间。同时，油价跌至新低。投资者竞相买入安全的、高评级的政府债券。

恐惧情绪蔓延至全球各市场。英国、法国和日本的股指较其 2015 年高点下跌了 20% 以上——这是公认的熊市定义——使得 2016 年成为有记录以来全球股市开局最差的一年。美国的标普 500 指数（S&P 500）、道琼斯工业平均指数（Dow Jones Industrial Average）和纳斯达克指数（Nasdaq）一度跌幅大于 3%。由于德国股指和中国股指已然进入熊市区间，反映发达和新兴经济体上市公司 40 万亿美元市值的富时环球指数曾一度下跌 3.3%，为 2013 年 6 月以来最低点。

2016 年 2 月 12 日，东京街头电子屏显示，日经指数收盘跌破 15 000 点，创下该指数 15 个月来最低（日本《日经亚洲评论》杂志网站）。

参考消息网 2016 年 2 月 13 日报道：外媒称，12 日，亚洲股市连续第六个交易日下跌。随着投资者涌向传统的避险资产，日元、黄金和部分国家政府债券大涨。

据路透社 2016 年 2 月 12 日报道，瑞穗资产管理公司首席策略师清水刚说：“市场显然开始考虑世界经济的急剧减缓，甚至美国的衰退。我认为不会出现像雷曼兄弟公司那样的崩溃或重大金融危机，但市场情绪的改善需要一段时间。”

报道称，除日本外 MSCI 亚太股票指数下跌 0.8%。日本日经指数创 15 个月来的最低点，周跌幅达 11.1%，为 2008 年 10 月以来最大单周跌幅。

在澳大利亚和中国香港，领跌的都是金融股。两个股市分别下跌 1.6% 和 1.8%，与欧洲和美国股市相比跌幅还不算大。

MSCI 亚洲股票指数创 2013 年 6 月以来新低。该指数已比去年 5 月的最高点下跌 20% 以上，证明全球股市已进入熊市。

2016 年 2 月 24 日，大部分亚洲股市均有所下跌。在日本，基准指数日经 225 回落超过 1.7%。东证股指也下跌超过 1%。朝鲜海峡对面韩国综合股指抵消了早些时候的下跌，目

前持平。香港恒生指数下跌 1.6%。澳洲 S&P/ASX 200 下跌 2.06%，且其大部分板块都处于下跌状态。金融板块承受重大压力，下跌 2.53%；能源板块下跌 3.01%；原材料板块下跌 3.73%。中国股市同样下跌。2016 年 2 月 24 日上证指数下跌 0.21%，而深证股指下跌 0.93%。

二、中国证监会主席之位交接

2016 年 2 月 20 日，证监会主席之位完成了交接。肖钢卸任，而来自农行的刘士余走马上任。在这个迎来送往的过程中，股市的监管政策将经历怎样的嬗变为广大投资者所瞩目。在此情况下，《每日经济新闻》对这两人的从业经历和公开言论等进行了梳理，并统计了历任证监会主席离任后首日、首周以及首月 A 股的表现情况，以期为消费者提供有益的帮助。

三、肖钢任内 A 股行情跌宕创下多项纪录

从 2013 年 3 月走马上任，到 2016 年 2 月 20 日，肖钢在中国证监会主席的位置上共待了约 35 个月。在这将近 3 年的时间里，中国证券市场经历了光大乌龙指、IPO 重启、沪港开通，以及熔断等诸多事件。

仅从上证指数来看，肖钢任期内指数涨幅约为 26%。然而，对于绝大多数投资者而言，关于这 1 000 多个日日夜夜的记忆，恐怕更多的是这些词汇——杠杆牛市、千股跌停、千股停牌、四天四次熔断、史上最早收盘……

1. 任期内经历牛熊市轮回

在这接近 3 年的 35 个月里，许多股民的投资生涯得到了极大丰富——其间 A 股走势跌宕起伏世所少见。即使是进入股市不久的新手，在一年多时间里也已经尝遍了中国股市的千百种滋味。

2014 年 7 月，上证指数从 2 000 点一线起步，昂扬冲上 5 178 点。在短短一年时间里走出了继 6 124 点之后的又一个牛市，不过这个牛市最终也只延续了一年。随后，沪指从 5178 点掉头向下，在几个月的时间里下探至 2 844 点。“2015 年 6 月 15 日至 7 月 8 日的 17 个交易日，上证综指下跌 32%。大量获利盘回吐，各类杠杆资金加速离场，公募基金遭遇巨额赎回，期现货市场交互下跌，市场频现千股跌停、千股停牌，流动性几近枯竭，股市运行的危急状况实属罕见。”在 2016 年全国证券期货监管工作会议上，肖钢如此形容。

在这 35 个月里，市场就经历了一个牛市、一个熊市。在肖钢之前的 6 任证监会主席中，只有尚福林任内有此景象。不过，尚福林在任时间远超肖钢，长达 9 年。从这个方面来看，肖钢任内的中国股市行情走势如坐过山车般，堪称最为“刺激”。

从任内上证指数最大涨幅来看，7 位历任证监会主席中，肖钢以 180% 的成绩排在第四位。尚福林任内 2005—2007 年最大涨幅超过 500%，为史上最好成绩。刘鸿儒、周道炯分别以 378%、194% 的任内最大涨幅排在第二位和第三位。如果以任期内上证指数涨幅与前任比较，肖钢仍处在中等水平，35 个月 26% 的涨幅，排在第四位。

2. 沪指 6 次跌幅超 7%

值得一提的是，在 1996 年 12 月，沪深两市实施涨跌停板制度后，上证指数共有 29 次单日涨幅超过 5%。其中：尚福林任内共有 13 个交易日涨幅超过 5%；而肖钢任上，则仅有 2015 年 6 月 30 日、7 月 9 日、8 月 27 日 3 个交易日涨幅超过 5%。不过，自沪深两市施行

涨跌停板制度至今的近20年中,上证指数共有16个交易日的单日跌幅超过7%;而在肖钢任内的近3年时间里,上证指数一口气“包揽”了其中6个交易日。

在这6个交易日当中,有4个出现在2015年股灾期间。彼时,为了应对千股跌停、指数跳水,上市公司不得不拿出增持大招,以证金公司为首的国家队也入场救市,掀起了史上最大增持潮,而中国基金业协会也牵头私募大佬,史上首次发布倡议书,唱多股市。

与此同时,为了规避股价的非理性下跌,仅在2015年7月6日就有600多只股票申请停牌,两市停牌股票个数一度超过千只,也因此诞生了史上最大停牌潮。在熔断制度下,股市又在今年开年首周创下了史上最早收盘纪录。2016年1月7日早间9点58分,沪深300指数触及7%阈值而提前收盘,全天交易时间仅为15分钟。值得一提的是,肖钢任内上证指数最后一次单日跌幅达7%也出现在1月7日。

四、证监会历次换帅后A股短期多上涨

2016年2月20日,第七任证监会主席肖钢卸任。7任证监会主席离任后的首日、首周、首月,市场是如何演绎的呢?经查实,证监会主席离任后首周上证指数上涨为大概率事件。

(1) 刘鸿儒1995年3月30日卸任第一任证监会主席。在其离任后的第一个交易日,上证指数上涨2.53%。第一周上涨4.46%。不过,在其离任后的第一个月里,上证指数最终以8.08%的跌幅“遗憾”收场。

(2) 第二任证监会主席周道炯离任后的第一个交易日恰逢周一,当日上证指数上涨2.67%,而首周5个交易日涨幅为4.76%。同样,在周道炯离任证监会主席一个月后,上证指数仍以下跌报收,全月跌幅约为3%。

(3) 周正庆在2000年2月23日卸任,2月24日上证指数单日涨幅为2.47%。其离任后首周累计涨幅为6.45%。值得注意的是,与前两任相比,周正庆离任后的第一个月,上证指数保持上涨,且当月涨幅为9.55%。

(4) 第四任证监会主席周小川离任后的首个交易日2002年12月27日,上证指数微跌0.09%。其离任首周,上证指数仍然保持下跌之势,单周下跌4.64%。不过,周小川离任后的第一个月,上证指数最终上涨6.86%。

(5) 第五任证监会主席尚福林在2011年10月29日卸任。其是迄今为止在任时间最长的中国证监会主席。上证指数在其离任后的首个交易日微跌0.21%。在此后的第一周、第一个月的指数变化分别为2.22%、-5.66%。

(6) 第六任证监会主席郭树清2013年3月离任后的首个交易日,上证指数下跌1.68%,首周上涨2.19%,第一个月下跌3.71%。

(7) 第七任证监会主席肖钢2016年2月离任,刘士余接任。证监会换帅后首个交易日,即2016年2月22日,上证指数报2927.18点,上涨2.35%。

五、刘士余任重道远

在短短一年多的时间中,A股市场经历了牛市的疯狂,也感受了熊市的惨烈。证监会屡屡被推向舆论的风口浪尖。在一次又一次的传闻后,证监会也迎来了新一任主席——原农业银行董事长刘士余。他将从低调的银行家变身为A股的守护者。

1. 低调的银行家,探讨资本市场

公开资料显示,刘士余1996—1998年任央行银行司助理巡视员、副司长;1998—2002

年任央行银行监管二司副司长、司长；2002—2004 年任央行办公厅主任、党委办公室主任；2004 年 7 月任央行党委委员、行长助理；2006 年 6 月任央行党委委员、副行长；2014 年 10 月任农业银行党委书记、执行董事候选人，随后升任党委书记、董事长。刘士余作风低调务实，对工作要求十分严格。在银行系统内，刘士余被誉为“低调的银行家”。刘士余鲜有在公开场合发表言论，而言论中涉及资本市场的则更为少见。其最近一次内容相对丰富的表态，还要追溯到 2014 年的 5 月。当时的背景是，国务院发布了《关于进一步促进资本市场健康发展的若干意见》（以下简称新国九条）。刘士余随后在清华五道口全球金融论坛上表示，新国九条的发布，意味着中国资本市场会进入新的发展阶段。刘士余指出，资本市场发展的 3 个维度是：健康、全面和多层次。他认为，解决资本市场各种问题的核心是把多层次资本市场发展起来。刘士余当时提出，未来金融市场创新发展包含 5 个重点：一是提高直接融资比重，发展多层次资本市场。这是对金融工作最底线的要求。二是大力发展债券市场。刘士余认为，债券市场现有的能力消化不了政府债务、地方融资平台债务。三是亟需规范金融市场创新。四是大力发展资产证券化。比如衍生品 CDS 要跟上，需要监管部门达成共识，与金融机构的资本消耗一起进行统筹考虑。五是发展贷款转让市场。

2. 屡次强调把控金融风险

刘士余和股市早有渊源。2004 年 7 月，刘士余升任央行行长助理。在主管金融稳定局期间，央行先后参与了“德隆系”风险处置工作，以南方证券风险处置为契机推动证券市场基础性制度建设，以及配合证监会妥善处置 28 家高风险证券公司等工作。刘士余在并不多的公开表态中，涉及金融风险控制的内容频频出现。其曾在公开场合提出，部分上市公司也搞所谓的理财和产业链金融服务的做法值得推敲。他指出，“这种理财就是在放高利贷，和实体公司本身行为不符合”。刘士余警示，现在的某些金融创新，实际上是逃避监管，逃避风险拨备、保险资本约束、信贷指引，以及税收等，一味地讲究创新，甚至把存款搬家也当成一个简单的创新。这对全社会经济金融结构的调整和劳动生产力的提高没有正向贡献。在这样的背景下，刘士余认为，下一阶段金融市场发展和创新的重点之一是要下定决心整顿金融同业业务和各类理财业务，否则极易把投资者导向追逐短期高利，不追求长期回报的道路，对资本市场的发展产生极大的溢出效应。他举例，投资者到一家银行购买 8% 回报的理财产品。这家银行再加 3 个点，即 11% 走通道。通道机构再加 3 个点，即以 14% 的成本进入实体。“这种层层加水，每个环节都扒皮加码的做法直接抬高了实体经济的成本，对劳动生产率的提高是毫无贡献的，而且是会把一个民族、国家的金融体系带入极其带有赌博心态的短期行为。”在这种情况下，就不太会有人买股票，因为股市有风险。买这个通道的理财、同业产品是稳赚不赔的，因大家都知道一旦出了风险，机构迫于各方压力会刚性兑付。实际上，刘士余近年来最受瞩目的一个表态，其实是关于余额宝的。在此前银行与支付宝之间引发的余额宝大战中，刘士余就曾指出余额宝不是金融创新，只是简单地把存款搬到互联网，对实体经济也没什么贡献。这一观点在当时引发了极大争议。另外，2014 年 6 月，刘士余受国务院委托，向全国人大常委会报告党的十八大以来加强金融监管、防范金融风险有关工作的情况。刘士余当时提出，金融工作将牢牢把握服务实体经济的本质要求，全面深化金融改革，继续实施稳健的货币政策，加强并改善金融监管，防范系统性、区域性金融风险。

3. 三大未竟的改革事业等待刘士余

证监会易帅后，等待新掌门刘士余的，是未竟的改革事业。现年 55 岁的刘士余上任之

后，证监会领导团队进入“60后”时代。除副主席姜洋外，证监会主席团队全部为“空降”新人。新团队如何以更加科学合理的方式推进改革，备受各方关注。

此前3年，恰是中国资本市场改革关键期，覆盖市场化、法治化、国际化三大维度的改革全面铺开，特别是注册制改革也终于要正式启动。全国人大有关注册制的授权决定在3月1日生效，届时注册制改革将不再具有法律障碍。在经历2015年夏天的剧烈震荡之后，A股市场依然敏感。随着双向开放推进，资本市场监管也更加复杂。值此重要时刻，如何平衡好市场稳定与改革推进这一难题，也是新上任者的一大挑战。

(1) 注册制改革“临门一脚”。当前资本市场改革主要包括3个维度，即市场化、法治化和国际化。这也是肖钢任期内推动的主要方向。

在市场化改革中，股票发行注册制改革是覆盖面最广、影响最大的一项改革。其核心是理顺政府与市场的关系，对于提高直接融资比重、助力经济实现转型升级具有重要意义。作为资本市场的一项基础改革，国务院对注册制寄予厚望。2015年全国两会期间，国务院总理李克强在政府工作报告中明确提出，要加强多层次资本市场体系建设，而对股票发行注册制改革的要求也从之前的“推进”升级为“实施”。

从2013年11月30日证监会发布《关于进一步推进新股发行体制改革的意见》后，股票发行终于开始从核准制向注册制过渡。经过反复研究、沟通之后，证监会终于在2015年6月26日向市场公布了注册制改革的具体安排。然而这一天，几乎成了股市潮起潮落的分界线。股市连续震荡打断了高歌猛进的改革步伐，市场进入非理性状态，监管层不得不举全国之力投入救市。几个月的上蹿下跳、反复折腾之后，A股元气大伤。2016年年初开年大跌，熔断机制连续触发，直至被叫停，从而反映出市场依然极度敏感、脆弱。

在这样的背景下，《中华人民共和国证券法》修订不得不再搁置，但是中国经济转型对直接融资市场有强烈需求，股市的资源配置能力亟须提升。修法可以讨论，注册制却似乎不可不推。2015年下半年，肖钢开始寻求通过人大授权的方式解决注册制改革的前置法律限制的问题。随后，证监会向国务院报送《关于提请启动实施股票发行注册制改革法律程序的请示》。全国人大在去年12月审议通过了授权国务院调整注册制适用法律的相关决定，消除了注册制实施的法律障碍。按照计划，授权决定自2016年3月1日起即可施行，期限为两年。注册制就差临门一脚之时，肖钢告别了证监会。推进资本市场实现真正市场化的任务，已经落到新任主席刘士余肩上。

(2) 建立法治市场不能光“打苍蝇”。证监会核心权力有二：一是发行；二是监管。在发行端推进注册制的同时，证监会正在进行监管转型，即少管前置审批，多管事中事后的违规违法。事实上，较为完善的法治环境，也是注册制实施的必要条件。

从郭树清时代开始，证监会就越来越侧重稽查执法。肖钢任内，证监会调动稽查局、稽查总队、专员办、交易所和36家派出机构的稽查执法力量，全年多头、滚动查案，从打击案件的频率和数量上看，都刷新了以往的纪录。2015年全年，证监会共立案调查345起案件。其中，“证监法网”专项行动8批查处120起重大典型的违法案件。涉及罚没款金额逾54亿元，超过此前10年罚没款总和的1.5倍。从案件类型看，既有因在网络散布谣言被查处的小型案件，也有大额内幕交易获利被查的要案。其中，最受关注的是私募传奇人物徐翔被抓，以及投行大佬薛荣年落马。

但是，中国资本市场的基本逻辑是否发生改变，依然需要画一个问号。查处案件数量

确实大幅增加,超越以往,但是还没有达到零容忍的程度,违法未究、执法不严的情况还存在。真正能够起到杀一儆百作用的,还是要抓几起大案、要案,“打苍蝇”的警示作用相对有限。2015年夏天股市异动及后期救市期间,违法行为表现猖獗。非法场外配资屡禁不止,证券期货基金风控不严,股市异动期间利用信息优势从中渔利。肖钢在2016年年初公开反思时也坦承,这一次股市异常波动,反映了我国股市不成熟,同时也充分暴露了证监会监管有漏洞、监管不适应、监管不得力等问题,“必须深刻汲取教训”。在他看来,证监会应规范杠杆融资,严格监管程序化交易,规范股指期货交易,加强跨市场联动交易管理。

如何去杠杆建立一个长期稳定、健康发展的资本市场,也是新主席面临的一个大课题。当前进入股市的资金存在多种形式的加杠杆工具,使市场的波动性风险大增。一方面,除受到严格监测的融资融券之外,通过股权质押、杠杆理财、民间借贷等形式进入股市的资金还有很多;另一方面,加杠杆之后,股市在下跌过程中就会面临连续“强平”的多米诺骨牌式风险。股权质押、票据融资、两融等风险尚未完全解除。粗略估计,若上证跌至2400点,股权质押被平仓客户的融资余额约500亿元。股权质押在理论上存在雪崩风险,不过实际中有多种方式化解风险。

(3) 实现双向开放仍需谨慎。自2015年“8·11”汇改以来,国内市场连续遭遇跨市场的风险挑战。近期,人民币快速贬值压力虽暂时被消除,资本外流压力却依然存在。国际资本流动牵制货币政策独立性的同时,也使资本市场的监管决策更加复杂、困难。在肖钢任内,证监会已经意识到股市、汇市、债市、货币市场等风险因素的交互影响,并预测2016年这些复杂的因素将给资本市场的发展与监管带来挑战。肖钢在2016年年初曾表示,发展我国股市需要学习借鉴境外市场的有益经验,但必须从我国实际出发,准确把握我国市场的特点与规律,不照抄照搬,对境外市场行之有效的做法,“要知其然,更要知其所以然”。

“前一段时间,我们确实出现了‘食洋不化’的问题。”有业内人士表示,这一点需要反思。事实上,证监会也承认,熔断机制是从西方学习的制度,曾以为在中国市场也会发挥作用,但是结果证明,熔断机制并不是一项合适的政策。

监管难度加大,但资本市场双向开放依然是大势所趋。2015年12月底,证监会副主席方星海就表示,2016年在沪伦通方面会有新成果。他同时表示,深港通在2016年预计也会被推出。此外,H股“全流通”,完善合格境外机构投资者(QFII)与人民币合格境外机构投资者(RQFII)制度,推动A股纳入国际知名指数等问题,都已经提上证监会的改革日程。估计2016年国际化方面可能会有所放缓。当前监管层最主要的关注点是维护汇率稳定,防止资本大量外流。中国金融市场和人民币国际化的步伐可能暂时趋向谨慎。在他看来,沪港通以及其他交易所联通机制,一定程度上属于局部放开资本项目管制,在新形势下可能会增加外汇市场的不确定因素。

导论二 学习金融营销理论与实务的理念、目的和意义

一、金融营销理念提出的背景

金融营销实务是指金融企业以金融市场为导向,运用整体营销手段向客户提供金融产品

和服务,在满足客户需要和欲望的过程中实现金融企业利益目标的社会行为过程。

金融营销类专业培养目标:掌握经济学基本原理、金融学基本知识和理论、金融运作和金融市场的基本知识与基本技能,熟悉通行的国际金融规则、惯例及 WTO 的运行机制,通晓中国对外金融管理政策法规,了解当代金融市场的发展状况,运用现代化科技手段进行现代金融业务操作的、具有扎实外语能力的应用型金融专门人才。

金融营销类专业就业方向:政府及公共事业单位,中外银行、保险、证券、投资理财、基金、信托等金融机构,以及金融管理机构等。

近年来,伴随着我国货币市场、资本市场的不断演化和金融创新的层层推进,金融消费需求被给予了更广阔的发展空间和更宽泛的选择余地。一方面,金融衍生产品种类繁多,金融活动的内容被极大丰富,商业银行的业务经营被迫直接面对竞争日益加剧的金融市场环境;而另一方面,客户多样化,以及深层次的消费需求又反过来促进了银行、证券、保险等金融机构的服务方式,尤其是营销方式的改革,使其呈现出共同服务、共同繁荣、多元竞争的格局。

为了在这种竞争中保持并扩大市场份额,各银行、保险公司、证券公司、投资理财公司、小贷公司等纷纷采取了一些特色鲜明的营销措施,用营销理念来创新金融产品和金融服务。增强营销创意、培养营销环境、整合营销队伍、优化营销策略以及合理引导金融企业的有序竞争,已成为金融企业家所面临的必须解决的问题。因此,审时度势地开拓金融营销业务、引入市场营销理念是各商业银行、保险公司、证券公司、投资理财公司生存与发展的必然选择。尤其对于中国这样一个金融业还不尽完善的国家来说,在入世后面临着来自海外经验丰富的金融企业的巨大竞争压力,而只有熟练运用诸如金融营销这样的先进理念来“武装”自己,才能在愈演愈烈的市场竞争中占有一席之地。

二、金融营销的必要性

一方面,深谙营销策略的人都知道,吸引一个新客户并不难,但若让他对你忠诚就非常难;另一方面,留住一个老客户的营销成本比发展一个新客户的营销成本低得多。有人说前者是后者的 20%。这就说明,无论是在商品市场,还是金融市场上,营销的必要性可窥一斑。金融营销是一种低成本、高收益的开拓市场方式。它可以让客户在琳琅满目的金融产品中对你的产品“情有独钟”。那么,究竟是什么样的客观要求使金融营销变得如此必要呢?今天的消费者又到底需要什么样的金融服务呢?

(1) 要求金融服务更加全面化(comprehensive)、连续化(continulative)、一体化(integral)和自动化(automatic)。一方面要从空间上减少客户在不同地点、柜台间穿梭往返的麻烦,另一方面又要在时间上随时保证满足客户的需要。

(2) 要求金融服务更具“个性化”(individual),能提供差异化的营销服务——不同的客户需要不同的服务,而不同的钱也需要不同的服务——这就要求金融机构根据不同消费需求进行市场分割并调整服务方式。

(3) 为满足差异服务必须不断创新,不断丰富金融产品和服务的功能及品种。无论是早期的 CDs、银证通,还是现在发展的如火如荼的银证合作、银期合作、银保合作,都是在不断开发并满足客户需求的基础之上的创新结果。这些产品线和服务线日益丰满的金融机构的发展,又进一步促进了新需求的产生。

(4) 要求金融企业必须借助现代化的科技手段,通过联机、联网等业务以及建立电话、电子等网络银行为客户提供高效、安全、快捷和低成本的服务。如最近悄然兴起的数字金融营销的风潮,就是利用互联网互动、广泛的覆盖面,高时效性、低成本等特点来提高金融服务质量。

(5) 要求金融服务更具有针对性,突出企业优势和产品特色,树立金融企业自身品牌,使购买的金融产品不仅是满足消费需要的产品,也是一种身份地位的象征。

(6) 要求金融支付工具既要使客户享受到更多的服务项目,又要简便易行,利于随身携带。

三、学习《金融营销理论与实务》的目的、要求

目的:一是认知金融产品与金融营销,调研金融产品与金融营销,选择金融产品营销目标市场,制定金融产品营销策略等方面的基本理论、基本知识和基本技能,学会在实践中加以运用。

二是掌握金融营销宏观理论,学会用以说明和解决当前金融营销领域中的实际问题。

三是掌握我国金融营销工作中的方针、政策和做法,学会在实际工作中贯彻执行。

四是掌握国际金融营销与国内金融营销的相互关系,为发展国际金融营销合作、搞好现代化建设奠定理论业务基础。

要求:(1) 当今世界经济全球化,世界各国的经济联系越来越紧密。一国要扩展对外金融营销、引进先进技术并利用外资、增强经济实力、提高人们的福利水平,都离不开金融营销。

(2) 在对外开放的格局下,财经理论研究者 and 实际工作者都应当学习并掌握一些金融营销知识、实务和理论,因为对外开放涉及的面很广,各种财经工作都与金融营销、国际金融营销息息相关。

(3) 社会主义市场经济对人才的要求更加迫切。从某种意义上说,市场经济就是人才经济,而人才是生产力,是在竞争中取胜的最重要砝码。同时,市场经济对人才培养提出了更高的要求,尤其要培养出复合型、实用型、外向型人才。金融营销方面的人才就属于复合型、实用型、外向型人才。复合型、实用型、外向型人才深受各工作单位的青睐。这是现今有目共睹的。

(4) 学习金融营销有利于开拓分析研究经济问题、金融营销问题的视野,拓宽筹资融资渠道,扩大经济实体的发展空间。

学习中要注意贯彻历史与逻辑统一原则,理论与实务并重原则,以及洋为中用原则。他山之石可以攻玉。学会用西方观点解读东方故事,以东方哲学诠释西方轶事,以实体企业、金融企业的营销成败案例警示从事金融营销的企业、企业家和营销人员:请借鉴他人,少走弯路,多些成交!

第一节 金融、产品、金融产品及其种类

一、金融

(1) 金子的融会贯通、融通就是金融。古今中外黄金因其不可毁灭性、高度可塑性、

相对稀缺性、无限可分性、同质性及色泽明亮等特性、特点，成为经济价值最理想的代表、储存物、稳定器和交换媒介之一。西方定义：据《新帕尔·格雷夫经济学大字典》，金融指资本市场的运营，资产的供给与定价。其基本内容包括有效率的市场，风险与收益，替代与套利，期权定价和公司金融。

(2) 金融的本质是价值交换，可以是不同时间点、地区的价值在同一个市场中的交换。金融产品的种类有银行、证券、保险和信托。所涉及的学术领域包括银行学、保险学、证券投资学、理财学、信托学、营销学等。金融是一种交易活动。金融交易本身并未创造价值，那为什么在金融交易中就有赚钱的呢？金融交易是一种将未来收入变现的方式，也就是今天花明天的钱。简单地说，金融交易的频繁程度就是反映一个地区、区域，乃至国家经济繁荣能力的重要指标。传统金融的概念是研究货币资金的流通的学科，而现代的金融本质就是经营活动的资本化过程。

(3) 黄金曾一度成为国际贸易中唯一的媒介。在易货经济时代，商人只能进行对口的交易，以物易物。因此，人类的经济活动受到巨大制约。在金本位经济时代，价值与财富以实物资产——黄金——为依据和标准。这种客观的物理方法非常有利于全球经济的平稳发展。然而，作为价值流通的载体，黄金不利的一面，如搬运、携带、转换等不便的物理条件限制，使它又让位于更为灵活的纸币（货币）。如今，货币经济不仅早已取代了原始的易货经济，而且覆盖了金本位经济。货币经济在给人类带来空前经济自由的同时，也给人类带来诸多麻烦和问题，如世界贸易不平衡、价值不统一、通货膨胀、货币贬值、经济发展大起大落等。引发席卷全球的金融危机的重要宏观因素之一，就是全球贸易失衡。

脱离金本位的初衷是想实现经济自由和稳定发展，然而，今天却适得其反。在货币多样化的今天，现代金融中的含“金”量越来越少，但其内涵越来越广，其作用及风险越来越大，并已渗透到社会的每个角落和每个人的生活中。

如今，尽管金融中的含“金”量越来越少，但其作为价值的流动性越来越强。金融已经成为整个经济的“血脉”，渗透到社会的方方面面。人体的活动会带动血液的流动，同样，所有经济活动都会带动金融（资金和价值）的流动。离开了流通性，金融就变成“一潭死水”，价值就无法转换；价值无法转换，经济就无法运转；经济无法运转，新的价值也无法产生；新的价值无法产生，人类社会就无法发展。反过来，金融危机发展到一定程度就会演变为经济危机，而经济危机发展到一定程度就会演变为社会危机。这是不以人类意志为转移的客观金融规律。

(4) 金融的核心是跨时间、跨空间的价值交换。所有涉及价值或者收入在不同时间、空间之间进行配置的交易都是金融交易。金融学就是研究跨时间、跨空间的价值交换为什么会出现，如何发生，怎样发展等的学科。

比如，“货币”就是如此。它的出现首先是为了把今天的价值储存起来，等明天、后天或者未来任何时候，把储存其中的价值用来购买别的东西；但是货币同时也是跨地理位置的价值交换。今天你在张村把东西卖了，带上钱，走到李村，就又可以这钱买想要的东西。因此，货币解决了价值跨时间的储存、跨空间的移置问题。货币的出现对贸易、商业化的发展是革命性的创新。

像明清时期发展起来的山西票号，主要以异地价值交换为目的，让本来需要跨地区运物、运银子才能完成的贸易，只要送过去山西票号出具的“一张纸”，即汇票就可以了！其