

赵萍 著

中国 零售银行的 理论与实践

RETAIL BANKING OF CHINA
THEORY & PRACTICE



中国社会科学出版社

赵萍 著

中国 零售银行的 理论与实践

RETAIL BANKING OF CHINA
THEORY & PRACTICE

SAW09/10



中国社会科学出版社

图书在版编目(CIP)数据

中国零售银行的理论与实践/赵萍著. —北京:中国
社会科学出版社, 2004.6

ISBN 7-5004-4547-4

I. 中… II. 赵… III. 银行—研究—中国 IV. F832.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2004)第 055217 号

责任编辑 王迎新

责任校对 李小冰

封面设计 宋 洋

版式设计 戴 宽

出版发行 **中国社会科学出版社**

社 址 北京鼓楼西大街甲 158 号

邮 编 100720

电 话 010—84029453

传 真 010—84017153

网 址 <http://www.csspw.cn>

经 销 新华书店

印 刷 京南印刷厂

装 订 桃园兴华装订厂

版 次 2004 年 6 月第 1 版

印 次 2004 年 6 月第 1 次印刷

开 本 850 × 1168 毫米 1/32

印 张 10.25

插 页 2

字 数 260 千字

定 价 26.00 元

凡购买中国社会科学出版社图书, 如有质量问题请与本社发行部联系调换
版权所有 侵权必究

序

进入现代资本主义社会以来，商业银行逐渐发展成为社会经济中的非常重要的支柱之一。但是在很长的银行发展时期中，商业银行注重的是大客户的关系，重视与企业的往来。商业银行的基本理论是：银行所筹集的社会闲置资金，要通过银行对生产流通企业的贷出行为，来促进生产的发展。也只有这种行为，能够使企业运用借入的资金进行经营，创造出利润，才有可能归还银行的本息。我们把它称作“为生产而存在的银行”。

随着经济危机的频繁出现以及政府发债的经常化，商业银行认识到，生产固然重要，但商业银行在竞争中要取胜，应该在风险一定的情况下，以获得更多的收益为第一要务。政府债券虽然在大多数时候是非生产性的资金筹集，但是其风险较低，收益稳定。于是国债成为商业银行投资的重要对象。我们将其称作“为政府服务的银行”。

第二次世界大战以后世界经济的高速发展，一般居民的收入水平大幅上升，消费水平也上升到过去的人们无法想象的地步。住房、汽车以及其他耐用消费品和高档消费品成为许多人正常消费的一部分。个人收入的快速上升，也引起个人在投资、保险等方面需求的急速增长。在这种情况下，商业银行发现，如果不改变经营思想，不设计新的战略，就可能在竞争中处于不利地位，最终可能被市场所淘汰。尽管对个人的贷款主要是消费性而非生产性的，但是个人稳定而且日益上升的收入就是银行最安全的保证。如果再考虑到各种抵押品的价值，银行的风险是很小

的。因此，近年来，商业银行把更多的目光盯住了不断富裕的个人，纷纷设立个人业务部，开展零售银行业务，针对个人和以个人为主开办的小企业推销银行业务。我们将其称作“为个人服务的银行”。

所谓零售银行是相对于批发银行而言的，商业银行将其主要面向消费者和小企业的银行业务称为零售银行业务，简称零售银行；而把主要向公司和其他机构提供的银行业务称为批发银行。零售银行不是某一项业务的简称，而是许多业务的总称。

在大商业银行业中，零售银行已发展成为重要的业务体系之一。零售银行拥有庞大的客户群，联系几乎所有的金融活动，是个人信用活动的枢纽。特别是进入 20 世纪 90 年代以来，随着金融创新步伐的加快，零售银行为了满足顾客需求，正在提供更多品种、更加方便的服务，其重要性还在不断上升之中。90 年代零售银行业务的增长不仅表现在资产运用方面，在收益构成方面也表现相当突出。在整个商业银行的利润来源中，零售业务的贡献率也越来越高。

英国《银行家》杂志公布的 2003 年度全球 1000 家大银行排名榜中，美国银行业突出的经营业绩使其继续保持强劲的优势。全球 1000 家大银行中有 210 家美国银行。美国银行的利润增长主要来源于银行核心业务和零售银行业务，特别是不动产抵押和个人金融业务。银行谨慎发放企业贷款，加大发展零售银行的力度与范围，增加对消费者贷款，更为重视与改善客户关系，并购重点也转向零售银行业。《商业周刊》评论说：“他们将零售业和连锁业的成功经验引入了零售银行业。”从各家银行的盈利构成可以发现，零售银行业务给商业银行带来了稳定的盈利，许多银行甚至靠零售业务支撑局面。发展零售银行已经形成了一股潮流。

在国际商业银行的发展中，另外一个趋势也非常引人注目：商业银行积极地发展产品线。也就是说，商业银行在设计产品

时，往往按产品形成一个相对独立的经营单位，这样可以核算出该产品对银行的贡献度的大小，同时在适当的时候也可以将其转让给其他机构，收回投资；而对某些正处于扩张阶段的银行，也可以通过这种方式快速地进入到某一业务领域。比如，零售银行中的信用卡业务，个人抵押贷款，网上银行，证券代理，保险代理等等。近年来，国际商业银行发生的并购业务中，有许多是对产品线的并购，而不是对银行的并购。因此，在发展零售银行时，产品线的设计是很重要的一个方面。

中国的商业银行经过 20 年的改革，确实有了很大的发展。在英国《银行家》2003 年度全球 1000 家大银行排名榜中，前 25 家大银行中有 3 家中国的银行。由于业务相对快速增长，入围的股份制商业银行的资产排名都有不同程度的提高。

中国商业银行的发展，不仅仅是资产的快速增长，我们也看到经营理念也在不断变化：商业银行的贷款绝对地为生产流通服务理论，在中国通行 30 多年后，才接受了通过购买国债向政府融资的观念。进入 20 世纪 90 年代后期，个人收入的大幅提高为商业银行开展零售业务创造了前提，商业银行引入了诸如消费信贷概念，银行监管部门也在逐渐对消费信贷放松管制。从而形成了中国商业银行零售业务的激烈竞争。目前，各家银行都在不断扩大服务范围，增加服务项目，开发新的业务品种，创造新的金融工具，为客户提供更广泛的多层次的服务。零售银行业务正逐渐演变为各家银行提高市场竞争力，培育新的盈利能力的重要业务之一。

我很高兴地看到中国商业银行零售业务的快速发展。记得 1992 年，我的一个研究生问我什么是零售银行，他说他看见香港的银行业正在宣传零售银行。尽管当时我向他解释了这个问题，但是，我看他仍是一脸的茫然。因为毕竟只是书本上的东西。现在，这位当年的研究生已经是一家商业银行的行长助理，对零售银行已有很深入的理解。

在推动商业银行的零售业务的时候，我们还要关注的一个问题是：规范，有效。“跑马占地”只能是一时的，长期的竞争需要修炼。比如说，现在不少银行都推出了“个人理财”服务，“个人金融顾问”等业务，但是否能真正为客户提供有参考价值的意见和提供咨询，不仅要有相当丰富的金融知识与良好的服务质量，还要有规范的规章制度乃至完善相关法律法规。因此，建立这样的制度，并对从业人员加以培训，将是很重要的。在中国，可以参考国际通行的做法，建立资格证书体制，通过证书要求的学习过程，使从业人员真正掌握知识，服务于社会，服务于人民。

中国的人均 GDP 已超过 1000 美元，按照许多社会经济学家的观点，这是一个国家进入更高层次消费的一个重要分水岭。因此，对于商业银行的零售业务来说，这无疑是一个非常好的标志，也是商业银行的一个重要发展机会。谁能抓住这个先机，谁在竞争中将获得最大收益。

本书作者集多年的研究心得，从一个新的角度，对于我国零售银行发展的历史背景、我国发展零售银行的必要性与可行性以及发展零售业务所需的社会经济条件等问题进行了深入、系统的研究，提出了自己的见解，有不同于相关学术著作的新视角和体系，对于需要了解零售银行相关问题的人士，将会开卷有益。

以此为序。

唐 旭

2004 年 3 月 18 日

前 言

在商业银行产生之初便有了商业银行零售业务，但零售业务的大发展却是在 20 世纪 70 年代以后。国外理论界对商业银行零售业务的研究较多，而我国目前有关有商业银行零售业务的研究多为一些零散的文章。本选题是从零售业务发展的理论基础和社会经济背景出发，研究我国商业银行发展零售业务的对策以及宏观经济制度配套问题。

按照世界贸易组织《服务贸易总协定》和 1997 年制定的《金融服务协议》的要求，我国加入 WTO 后，将在 5 年内取消外资银行开办人民币业务的地域和客户限制，外资银行可以经营银行零售业的全部业务，中资银行面临外资银行在零售市场上激烈的竞争只是时间问题，而且最多也不会超过 5 年。

从我国商业银行内部看，我国商业银行的经营体制、管理水平、资本实力及资产结构等，都与外资银行强大的资金实力、市场化的经营机制、先进的技术和管理经验有相当大的差距。一方面，我国银行界对于零售业务长期忽视，竞争经验严重不足，零售业务的竞争能力十分薄弱；另一方面，受到我国商业银行一贯重视的批发业务，无论从规模还是利润水平上都出现了下降的趋势，直接影响了商业银行的经营与发展。因此，无论是从竞争的角度，还是从银行生存与发展的角度看，商业银行都存在发展零售业务的迫切需要。

本书的特色和新贡献是：首次从宏观的、历史的和理论的角度出发，较系统地研究商业银行零售业务这一微观的问题，有不

同于相关学术著作的新视角和新体系；在深入研究真实票据理论、转化能力理论、预期收入理论、负债管理理论和超货币供给理论等金融理论的基础上，探索出零售业务产生和发展的理论基础；通过对中外零售业务发展的经济和社会条件的比较研究，提出中国商业银行发展零售业务存在的五大障碍以及三个方面的政策选择，并从营销学角度对商业银行零售业务的发展提出了营销策略组合，阐述了逐步开展网上银行零售业务的主张和思路。

本书具体分十一章论述商业银行零售业务问题。

第一章零售银行概述，主要阐述商业银行零售业务的概念、内容、特征和发展趋势。本书对商业银行零售业务的定义是商业银行开发的面向个人客户的银行业务。为了进一步明确零售业务的概念，本章从内涵上区分了零售业务与批发业务、私人银行业务的概念，并从发展的角度提出了商业银行零售业务领域不断扩大、中间业务异军突起、零售业务三种业态长期并存等五大趋势，为进一步展开论述奠定基础。

第二章零售银行的相关理论，主要从理论的角度阐述与商业银行零售业务有关的宏观与微观经济理论。其中包括：商业银行零售业务产生的理论基础，零售业务风险管理理论和商业银行零售业务创新理论。本章首先从金融理论发展的角度探索与零售业务有关的理论，并分析其对零售业务发展的影响；风险控制理论主要探讨商业银行零售业务中风险的存在性及规避方法；金融深化与金融创新理论和核心竞争力理论主要针对全球金融自由化的趋势和商业银行界的竞争，讨论金融创新和核心竞争力对零售业务的影响。

第三章零售银行发展背景分析，以发达国家为例，探讨商业银行零售业务产生的背景。主要从商业银行零售业务发展的外部环境、银行本身的发展以及对零售业务的市场需求情况三个方面，阐述了商业银行零售业务发展的经济和社会背景，为我国开展零售业务的必要性与可行性研究作铺垫。

第四章中国零售银行发展现状，概括地介绍了我国商业银行零售业务的现状。本章共分五个部分，零售银行总量发展现状、零售负债业务现状、零售资产业务现状、零售中间业务现状和信用卡业务现状。

第五章中国发展零售银行的必要性与可行性，从发展零售银行是商业银行同业竞争的重要战略选择，资本市场的发育使零售银行的发展成为必然选择等三个方面论证了我国发展零售银行的必要性。本章还从宏观经济的高速稳定增长为零售银行的发展奠定了经济基础、中国居民金融资产总量的增长为零售银行的发展创造了市场等五个方面论述了我国发展零售银行的现实可行性。

第六章中国加入 WTO 与零售银行的发展，主要讨论了五个方面的问题，即中国加入 WTO 在零售银行方面的承诺、外资银行在华零售银行的发展现状、中外资银行零售银行竞争焦点、外资零售银行通过战略性股权投资对国内零售银行渗透以及加入 WTO 一年来中外资零售银行竞争状况评价。

第七章我国零售银行发展的主要困难与障碍，提出了我国商业银行开展零售业务存在的银行体制障碍、金融监管制度障碍、市场结构障碍、法律障碍和微观基础障碍。

第八章创造宽松的零售银行发展环境，主要针对我国商业银行开展零售业务面临的主要障碍，提出了改革商业银行的产权与治理结构，重塑零售业务的微观基础，并在此基础上深入探讨了股份制改造的主要障碍和股份制改造的目标；并进一步提出了实行金融自由化，以及为零售银行创造宽松的金融环境等政策主张。

第九章完善零售银行风险控制制度，提出了五大政策主张，即建立健全信用制度，加强零售银行的风险预警；建立中小企业担保系统；建立抵押贷款保险制度，控制零售资产业务风险；建立我国存款保险制度，预防零售负债业务风险；实行资产证券化。

第十章中国零售市场营销策略，主要从营销学的角度，研究

零售产品的市场定位、产品、价格、渠道和促销等问题。本章提出：树立零售市场营销理念，制定市场营销策略组合和建立市场营销组织机构是商业银行开展零售业务营销的重要内容。

第十一章网上零售银行，主要介绍商业银行网上零售业务的基本概念、发展现状以及我国开展网上零售业务存在的问题与对策选择。由于商业银行电子零售业务与传统的零售业务既有联系又有区别，而且随着科学技术的发展，网上银行成为商业银行网上零售业务发展的一个重要方向，因此本书独辟一章专门论述这一专题。

本书是在我的博士论文基础上修改而成，在长达三年的思考和写作过程中，得到了许多方面的领导、专家及同事的支持。非常感谢我的导师郭冬乐教授多年来对我的关心和培养，先生豁达的人生态度、严谨的治学精神和孜孜不倦的工作热情，为我树立了榜样。中国社会科学院王迎新女士也为本书提出了许多宝贵的意见，在本书的写作过程中给我许多无私帮助而无法在此一一列明的朋友，在此一并致谢。由于时间仓促，本书难免存在一些问题和不足，欢迎批评指正。

赵 萍

2004 年 3 月 16 日

目 录

第一章 零售银行概述	1
一 零售银行的概念	1
(一)零售银行的定义	1
(二)零售银行的服务对象	2
二 零售银行的内容	3
(一)零售银行的基本内容	3
(二)零售银行内容的发展	10
三 零售银行的特点	13
(一)零售银行与批发银行的区别	13
(二)零售银行与私人银行的区别	15
四 零售银行的地位	17
(一)零售银行是商业银行的支柱业务之一	17
(二)零售银行在银行利润来源中的地位日益 突出	18
(三)零售银行成为欧美银行业摆脱经济衰退 威胁的法宝	19
五 零售银行的发展趋势	22
(一)零售银行服务领域不断扩大	22
(二)零售银行的经营理念正从“产品中心型” 转向“客户中心型”	23
(三)电子银行将成为未来零售银行的主要渠 道模式	24

(四)中间业务将成为零售银行拓展的主要领域	25
(五)零售银行将以“金融超市”、“百货店”和“专卖店”等多种业态并存	25
第二章 零售银行的相关理论	29
一 零售银行产生的理论基础	29
(一)从真实票据论到转换能力理论零售银行的业务不断扩展	29
(二)预期收入理论的出现促进了零售资产业务的产生	30
(三)负债理论的发展促进了零售负债业务的变革	31
(四)超货币供给理论为零售中间业务的发展奠定了理论基础	33
二 零售银行风险管理理论	34
(一)信用风险度量理论	34
(二)市场风险管理理论	38
(三)利率风险管理理论	38
三 零售银行业务创新的相关理论	43
(一)金融创新理论对零售银行业务创新的影响	43
(二)金融深化理论对零售银行业务创新的影响	46
(三)核心竞争力理论对零售银行管理的影响	49
第三章 零售银行发展背景分析:以发达国家为例	53
一 外部环境	53
(一)国民经济增长情况	53
(二)资本市场的发展与变化	58

(三)金融创新对零售银行的影响与作用	62
(四)法律法规的变化	64
(五)金融监管情况	67
(六)国家对中小企业的政策扶持	71
(七)科学技术的发展	72
二 银行业本身的发展	74
(一)银行规模的扩张	74
(二)银行业竞争的情况	78
(三)银行经营战略的调整	80
三 对零售银行的需求情况	82
(一)个人资产增长与中产阶级的形成	82
(二)个人资产结构变化对零售银行发展的 影响	85
第四章 中国零售银行发展现状	88
一 零售银行总量发展现状	88
(一)个人金融服务发展较快	88
(二)中小企业金融服务状况有所改善	89
二 零售负债业务现状	89
(一)零售负债业务长期稳定增长	89
(二)国有商业银行在零售负债业务中占有 绝对优势	91
三 零售资产业务现状	92
(一)零售资产业务总量发展状况	92
(二)消费信贷业务的品种结构	94
(三)各项消费信贷未能真正满足消费者的 需求	96
(四)对中小企业的贷款总量	97
(五)中小企业贷款结构	98

四 零售中间业务现状	100
(一) 中国零售中间业务刚刚起步, 潜力较大	100
(二) 零售中间业务比重还很低	101
(三) 零售中间业务品种少, 以代理业务为主	102
(四) 个人理财业务以咨询服务为主	103
(五) 零售中间业务的盈利能力较差	104
五 信用卡业务现状	105
(一) 银行卡发展迅速, 用卡环境不断改善	105
(二) 中国银行卡的普及率还很低	107
(三) 银行卡功能不断拓展, 借记卡发展迅猛	108
(四) 信用卡使用环境有待进一步完善	109
(五) 国有银行与小银行的关系难以摆平	110
(六) 利润占比较低	113
第五章 中国发展零售银行的必要性与可行性	114
一 中国发展零售银行的必要性	114
(一) 发展零售银行是商业银行同业竞争的重 要战略选择	114
(二) 资本市场的发育使零售银行的发展成为 必然选择	117
(三) 发展零售银行是降低商业银行经营风险 的内在要求	121
二 中国发展零售银行的可行性分析	122
(一) 宏观经济的高速稳定增长为零售银行的 发展奠定了经济基础	122
(二) 中国居民金融资产总量的增长为零售银 行的发展创造了市场	123
(三) 中国居民金融资产结构的变化为零售银 行的创新提供了可能	127

(四) 商业银行具备了发展零售银行的优势和条件	128
(五) 中小企业对零售银行的需求旺盛	130
第六章 中国加入 WTO 与零售银行的发展	134
一 中国加入 WTO 在零售银行方面的承诺	134
(一) 主要承诺	134
(二) 承诺的原则	136
二 外资银行在华零售银行的发展现状	136
(一) 活动地域	137
(二) 机构数量	137
(三) 业务类型	137
(四) 在华营业额	138
三 中外资银行零售银行竞争焦点	139
(一) 零售银行的客户争夺	139
(二) 银行卡业务的竞争	141
(三) 零售资产业务的竞争	142
(四) 零售负债业务的竞争	143
(五) 零售中间业务的竞争	144
(六) 零售银行竞争的地域分布	145
四 通过战略性股权投资对国内零售银行渗透	146
五 加入 WTO 一年来中外资零售银行竞争状况评价	147
(一) 外资银行加快进入中国的步伐	147
(二) 外资银行对中资银行的冲击有限	149
第七章 我国零售银行发展的主要困难与障碍	151
一 银行体制障碍	151
(一) 所有制问题导致零售银行的发展缺乏	

体制基础	151
(二)资本充足率过低限制零售银行的发展 空间	154
(三)巨额的不良资产使零售银行的发展资金 不足	157
二 金融监管制度障碍	159
(一)严格的零售资产负债利率管制制约零售 银行的创新空间	159
(二)零售银行的业务拓展面临着分业经营的 法律障碍	161
(三)信用制度不健全无法实现零售银行风险 的事前预防	163
(四)风险规避制度的缺乏使商业银行无法事 后控制零售资产业务风险	167
三 市场结构障碍	171
(一)对我国银行业垄断格局的基本判断	171
(二)我国银行业的寡头垄断阻碍零售银行的 创新与发展	177
四 相关法律的缺乏	178
(一)缺乏规范零售业银行的完整法律体系	178
(二)缺乏保护零售银行客户权益的法律	180
五 银行内部准备不充分	181
(一)零售银行的发展缺乏统一的营销规划	181
(二)营销组织体系不健全使零售银行的营销 缺乏组织保证	184
(三)零售银行营销缺乏统一和协调的营销策 略组合指导	186
(四)零售银行的营销手段落后	190