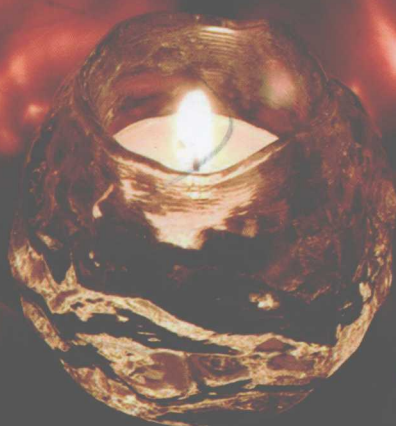


JINRONG LILUN JIAOXUE YU SHIJIAN

金融理论教学与实践

景乃权 等著



ZHEJIANG UNIVERSITY PRESS
浙江大学出版社

F830-53/7

2007

金融理论教学与实践

景乃权 等著



ZHEJIANG UNIVERSITY PRESS

浙江大學出版社

图书在版编目(CIP)数据

金融理论教学与实践 / 景乃权等著. —杭州:浙江大学出版社, 2007. 12

ISBN 978-7-308-05755-4

I. 金… II. 景… III. 金融学—教学研究—文集 IV. F830—53

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 001266 号

金融理论教学与实践

景乃权 等著

责任编辑 傅百荣

封面设计 刘依群

出版发行 浙江大学出版社

(杭州天目山路 148 号 邮政编码 310028)

(E-mail: zupress@mail. hz. zj. cn)

(网址: <http://www.zjupress.com>

<http://www.press.zju.edu.cn>)

电话: 0571—88925592, 88273066(传真)

排版 浙江大学出版社电脑排版中心

印刷 浙江中恒世纪印务有限公司

开本 710mm×1000mm 1/16

印张 19

字数 383 千字

版印次 2007 年 12 月第 1 版 2007 年 12 月第 1 次印刷

书号 ISBN 978-7-308-05755-4

定价 35.00 元

版权所有 翻印必究 印装差错 负责调换

浙江大学出版社发行部邮购电话 (0571)88072522

自序

我曾在国内金融机构工作十几年,后留学欧洲从事金融研究和工作数年。2000年初应聘到浙江大学从教至今,已近八年。在教学科研过程中,力求将理论与实践进行紧密结合,给学生一个更为清晰、感性的金融世界。从教近八年来,笔者发表和提交各类学术论文、研究报告近百篇,多散见于各类学术专业期刊、报纸等,为了便于读者阅读查看,特选出其中一部分,编辑成集,以饬读者。这其中也包括我指导的若干篇硕士生论文。

本文集收录各类论文报告、专题研究等四十多篇,分为三篇,包括理论、实践、教学三个部分。

第一篇为理论篇,共包括25篇论文,根据论文内容,大致可分为三部分。根据加入世贸组织时,我国政府与世贸组织达成的协议,中国政府要在6年内逐步完全开放中国的金融行业。这无疑对我国这样一个金融相对落后的国家来说是一个巨大的挑战,因为金融业的开放不仅仅关系到一个行业,更重要的是关系到国家金融的安全。而在整个金融业中商业银行又是主体,因而在这短短的几年时间内如何提高国内商业银行的效率、竞争力是一个刻不容缓的问题,而在第一部分,笔者就针对商业银行的一些问题进行剖析,并提出了相应的解决方案。第二部分主要论述证券市场方面的问题。众所周知,在一个成熟的金融市场中,企业融资是以直接融资为主。而在当前我国,金融市场不发达,尚以间接融资为主。在我国经济持续高速增长的背景下,间接融资愈来愈与我国经济发展不相适应,因此做大、活跃我国的证券市场,也是当今金融学界关注的一个焦点问题。在第二部分,笔者就中国证券市场与西方证券市场在某些方面进行对比,找出相应的问题并给出了一些切合实际的建议和对策。第三部分则是对当前社会上的一些热点问题进行分析研究。

第二篇为实践篇,包括七篇专题研究报告。正如前面所言,笔者从教以来力求做到理论与实践的紧密结合。近八年来,本人与十几家企事业单位进行合作,为其在战略发展、市场开拓、制定规划等方面提供翔实且务实的指导与咨询,并在具体的实施过程中予以督导。从这些企事业单位的后续发展来看,我们的咨询、指导与研究是相当成功的,同时也受到企事业单位的高度评价。这些实践成果,供读者阅读、参考。

第三篇为教学篇,分为硕士生论文和教学课程总结两部分。

硕士生论文部分包括十一篇论文。笔者从2001年开始指导硕士研究生,至今

已有十几位硕士研究生顺利毕业。在研究生的培养和指导上,笔者充分借鉴国外研究生的培养方法和方式,每周定期与学生见面,探讨当前学术领域的热点、前沿问题以及学生在学习中和论文写作中遇到的难点和疑问。在讨论中畅所欲言,不分地位高低,一律平等。通过这种形式的导师与学生互动,不仅提高了学生的表达和逻辑思维能力,同时对所讨论的问题有了一个全面的认识和透彻的理解。这种培养方式已有六年多了,从学生的反馈以及毕业论文的写作情况来看,是相当成功的。这里刊登的硕士文章,虽出自学生之手,但导师在论文写作的整个过程中付出了更多,这些论文也恰能反映出导师的指导思想、培养方法以及付出,故将部分硕士论文刊出,供读者参考。

教学课程总结部分包括6篇文章,都是八年来笔者教学一线工作的真实反映与总结。从教以来,基本上为本科生上课,本人也十分喜欢给本科生上课,因为本科生水平层次差别不大,同时年轻活跃,因此给他们上课充满激情。在课堂上采用双语教学,充分调动学生参与的积极性,鼓励他们到讲台上发表和分享他们的思想。同时,在课下,充分利用电子时代的优势——互联网、BBS——与学生进行沟通与交流。从学生的评教结果来看,这种教学方式是深受学生喜欢的,也是非常成功的。因而,在这一部分,把笔者的教学课程总结刊出,以供同仁及同学参考,并希望提出更好的建议,以便进一步完善教学。

可以说,本书的完成是我和学生的共同学习讨论的结晶,感谢我的研究生叶庆祥、陈新秀、陈姝、李绍杰、曾畅、陈平、胡春梅、杨海云、吕海蒙、徐文兴、钱懿瑜、董剑、蒋洁华、邓朗、兰公星、鞠雪娇、徐水、杨晃、胡春静、徐伟、郭洪亮、陈红霞、姚飙、程波;感谢曾与我一起工作过的好同事夏伟、赵君、韦林松、杨林、徐小芹。我深深地热爱教师工作,并充满着激情,我永远不会忘怀和他们在一起的美好时光。最后,感谢浙江大学江万龄金融与投资中心理事长江赵兰润女士资助本书的出版,浙江大学经济学院金雪军教授在工作上的鼎力支持,感谢浙江大学傅百荣编辑辛勤的工作。最后,我要感谢父母养育之恩,妻子和女儿对我事业的理解和支持。

景乃权

2007年12月

浙江大学求是园

目 录

第一篇 理论篇

论商业银行的发展新趋势.....	(3)
狭缝中求生存、求发展——探讨我国中型商业银行的营销战略选择	(9)
客户经理制度——银行再造的突破口	(17)
欧元区运作及其对我国银行业的借鉴作用	(28)
中国银行业网络化发展面临的机遇和挑战	(34)
对新形势下我国银行法律法规体系的评析	(40)
中国银行业在国际浪潮中的理性抉择	(45)
在西部大开发中实行商业银行“一行两制”	(53)
我国商业银行的资本充足率水平分析	(59)
资本资产定价模型及其评述	(65)
论 CAPM 在我国股市的应用	(71)
资本资产定价模型及其运用研究	(80)
中国推行股票指数期货交易的现实意义、可行性条件和策略探析.....	(88)
羊群行为研究及在我国的现实应用	(99)
股指期货的国际发展及在我国推行的现实意义和可行性探析.....	(106)
VAR 模型及其在投资组合中的应用	(114)
证券市场行为解释:BSV 和 DHS 模型	(122)
从中小企业融资看金融民营化.....	(129)
基于实物期权理论的壳公司定价探讨.....	(132)
一个潜在的区域性航运中心——大麦屿港.....	(138)
公共领域中的寻租分析.....	(142)
住宅郊区化现象及对策建议.....	(149)
浙江省房地产业的发展分析——现状、问题及对策	(154)

第二篇 实践篇

某大型建设集团咨询课题·····	(161)
我国加入 WTO 后××银行分行的发展战略·····	(183)
住宅郊区化与城市经济发展的关系研究·····	(187)
某珠宝公司市场报告·····	(190)
某食品公司市场分析报告·····	(193)
某教育集团的考核制度设计·····	(196)
某供电局“十一五”发展规划纲要·····	(198)

第三篇 教学篇

硕士生论文部分(摘要)

中国证券分析师信息供给效率的实证研究·····	(203)
上海股市中期收益趋势实证研究·····	(211)
我国涨跌幅限制的市场效应——基于 A 股与 B 股市场的实证研究·····	(216)
封闭式基金绩效评估体系之实证研究·····	(222)
中国上市商业银行竞争力研究·····	(229)
上市公司多元化经营对企业价值的影响	
——基于综合类上市公司的实证研究·····	(238)
董事会稳定性与 IPO 公司长期绩效的关联性研究·····	(242)
所有权结构、产品市场竞争与企业绩效	
——来自中国制造业上市公司的经验证据·····	(248)
我国商业银行国际化动因的实证研究·····	(254)
我国民营上市公司股权结构与绩效关系的研究·····	(260)
董事会特征与股权集中度的关联性研究	
——基于深市制造业上市公司的实证研究·····	(267)

教学课程总结部分

金融企业管理案例分析课程总结·····	(273)
治学与生活·····	(276)
一生的收获——我的研究生学习生活回忆·····	(279)
时时用心 事事学问——研究生学习生活随笔·····	(282)
论坛互动·····	(285)

第一篇 理论篇

自 2000 年以来,发表学术论文共 30 多篇,其中发表在一级刊物上共 24 篇。在商业银行管理和资本市场等领域提出了一些前瞻发展战略和具有创新性的应用对策。

论商业银行的发展新趋势^①

随着我国加入 WTO 和外资银行的不断进入,国内的资金流、客户流和信息流将发生跨国界的流动,这意味着我国的金融市场将成为一个面向全球的开放市场。因此面对“入世”后来自各方面的挑战,国内商业银行将加快调整发展战略的步伐,银行业整体上将呈现出以下几方面的发展趋势。

一、产权的股份化

银行业具有相对较高的风险性,同时要求有大量的自有资本金,这些特点决定了商业银行的产权结构一般应是多元化的,这也能为银行的经营管理提供合理有效的制度保证,尤其是提高效率的激励机制和防范风险的约束机制。因此体制改革问题可以说是国内银行,尤其是非股份制商业银行改革的关键性问题。

1. 国有银行股份制改革

目前国有银行进行股份制改革的必要性已经被大多数人所认识,但是关键在于改革方案的设计与选择,从而能够有效的推进国有银行的股份制改革。对此主要有两种思路,一种是按地区或按业务分拆上市,另一种是整体改制上市。考虑到银行业的规模效应十分显著,四大国有银行均已经形成了相当的规模,在国内金融市场上具有举足轻重的地位,且全球银行业的发展趋势也是合并,分拆将减弱国有银行在规模上的竞争优势;其次我国银行普遍存在区域发展不平衡的问题,若只将经营情况较好的分行分离出来上市,并不能解决根本问题,也不利于银行整体的长远发展。因此通过对这两种方案进行比较,整体改制上市的可行性较强,所需要的时间必然更长一些,而且必须先切实解决好一些基本问题,尤其是对长期积累的大量不良资产的处理。

2. 发展民营股份制商业银行

一个完备的金融体系是由少数较大的银行和大多数中小银行组成,银行的资本构成也具有多样性,目前我国的银行资本仍主要由国家投入,缺乏民间资本的参与,因此发展民营股份制银行成为金融界的热点之一。由于银行有较高的市场准入门槛,根据《中华人民共和国商业银行法》,设立新的商业银行,其注册资本最低为 10 亿元人民币,且银行对经营安全性的要求非常高,民营资本自行发起设立新

① 2003 年 11 月 19 日发表于人大复印资料《金融与保险》第 11 期

的民营银行有一定的难度,必须十分谨慎。目前发展民营股份制商业银行可以采取吸收民间资本入股现有的中小金融机构,特别是城市商业银行和农村信用社,人民银行正在鼓励各家城市商业银行进一步通过增资扩股来优化资本结构,增强抵抗风险的能力;而进行农村信用社的股份制改革是解决中国的农村金融问题的关键,由于农村信用社的情况复杂,其产权主体较为混乱,在具体操作上应首先对清理整顿后条件成熟的农村信用社进行股份制改造,吸收企业、乡镇居民个人等的资本金,组建成股份制的农村商业银行。

二、经营的集团化

从经营的业务范围上看,外资银行可以经营中资银行暂时不能经营的金融业务,不少外资银行有着丰富的投资银行业务经验,将会吸引许多优质客户。中国加入WTO以后,以“分业”为背景的国内银行业面临着以“混业”为背景的跨国金融集团的强有力的竞争,实行经营的集团化,即构建金融控股集团不失为一种现实的选择。

虽然目前金融控股公司在国内还没有明确的法律地位,但在现实生活中已经存在中信、光大、平安保险公司等金融企业、金融机构直接控股其他金融企业的金融集团,国有银行通过在境外设立独资或合资的投资银行转变而来的金融控股集团,也有通过各种形式控股多类金融机构的工商企业集团,这说明金融控股集团已经成为我国金融业新的组成部分,它采取“集团混业,经营分业”的形式,以资本为纽带,控制商业银行、证券公司、保险公司、信托等金融机构。母公司一方面可以对各子公司进行资本调度,另一方面可以促进各子公司之间在业务、技术上的合作,从而实现规模经济、范围经济、协同经济以及风险分散等混业经营所带来的积极效应。当然金融控股公司在我国作为一个新生事物,在具体运作中还面临着许多问题,从外部环境来看,缺乏明确的市场准入、退出规则和监管制度,金融市场尤其是资本市场的发展程度与金融控股公司的要求还有相当的距离;从内部环境来看,我国金融机构自身的经营能力和综合管理能力还有待提高,再者金融控股公司特殊的组织构架将带来比传统的单一化金融企业更大的金融风险,且金融风险会在不同的子公司之间传递。

三、资产的证券化

金融资产的证券化包含两个层次,一级证券化即普通意义上的证券市场,二级证券化是把缺乏流动性、但具有未来现金收入流的资产汇集起来,通过结构性重组,将其转变为可以在金融市场上出售和流通的证券,并以此融通资金。作为商业银行,应看到资产证券化尤其是二级证券化在我国具有巨大的发展空间,通过精心设计金融资产的二级证券化,使其成为新的利润增长点。

结合我国的具体情况,尤其是随着近年来房地产业的发展,房地产市场容量迅

速扩张,市场结构也在不断调整中日渐成熟,房地产证券化将是发展我国资产证券化的一个突破口,通过充分利用证券市场的功能,对不动产实行资本化、流动化和细分化。同时商业银行应该突破传统意义上只对公司资产实行证券化的限制,个人资产同样有很大的空间实行证券化。面对目前个人住房按揭贷款的市场需求较为旺盛,该项业务开展的也较为成熟,因此可以将住房按揭贷款打包到债券市场买卖。对商业银行来说,增强了资产的流动性,减少了资金风险,能够从这项新的业务中创造新的价值;对于投资者来说,为其开辟了新的投资渠道;对于房地产企业来说,通过这种间接的形式与资本市场相结合,利用资本市场的资源配置功能,促进了房地产品经营销售,且有利于房地产业整体的健康发展。当然,要充分发挥房地产证券化的积极效应,还取决于债券市场的发达程度,房地产品的信息透明化程度和评价机制的完善程度,可以尝试建立一套各地区、各时期的房地产指数的计算体系和公开发布机制,使投资者和银行对房地产品有统一的衡量标准。同时住房按揭贷款并不是资产证券化的唯一选择对象,在条件逐渐成熟的情况下,可以扩展到银行普通的商业贷款,尤其是部分缺乏流动性的贷款,从而分散风险,提高银行的资产质量。

四、业务的网络化

为了满足银行客户 3A 式的服务要求,即 Anywhere(任何地方)、Anytime(任何时间)与 Anyway(任何方式),近年来发展迅速的 IT 技术与网络被引入银行业,金融电子化、网络化、信息化成为构建商业银行核心竞争力的重要基础和平台。

在机构网点的设置上不占有优势的外资银行进入中国市场的第一个桥头堡极有可能立足于支付市场,如银行卡业务。在此背景下,2002 年 3 月中国银联股份有限公司成立,它的问世意味着我国金融决策层开始大力推动银行卡的联网通用进程,以此来整合国内现有的银行卡市场资源,建立和完善统一的银行卡受理环境,提高商业银行整体竞争能力,协调发展,形成合力,应对国际挑战。但“银联”的实施还只是实现金融电子化、网络化、信息化的第一步,还需要在网络技术的开发应用、管理水平的提高以及商业运作模式的创新等方面做出努力,从外部条件来看,随着电子商务的开展和网上消费群体的培养,通过“银联”的实施形成有效畅通的网上支付结算系统将有着非常广阔的发展空间。

近年来兴起的网上银行已成为银行业务网络化的一个重要标志,它在运行机制方面通过充分利用数据库、信息库和内部网站等信息技术,对现有业务流程进行了重组;在服务功能方面,利用互联网络与客户实现快速全面而有效的沟通,较之传统银行网上银行有着新的活力和优势,因此越来越得到各大银行的青睐和重视。我国的网上银行处于“初级阶段”,所提供的服务基本上传统业务在网上的延伸,所以应重视开发出适合因特网特点的网上银行新业务。同时网上银行的成功推广还取决于全社会的信用发达程度、计算机普及率、银行科技水平以及监管部门的监

管水平等因素。

五、营销的一体化

国内商业银行的营销观念大致上经历了从“银行本位”到“产品本位”，再到目前的“客户本位”这三个发展阶段，同时面对客户需求日益向多元化、全方位等深层次方向发展的趋势，银行的营销内容也从简单趋向综合。从营销对象上看，对公、对私及同业业务营销并举，从营销业务品种上看，负债、资产及中间业务营销并举。要提供能够为双方带来利益的一揽子解决方案，营销主体也不仅限制于单一机构营销，有时需要整体联动营销，联合证券、保险等机构实行“总对总”的营销。

这种营销一体化的形成关键在于银行要从市场和客户的需求出发，及时了解和满足客户的需求，与客户建立起长期合作的关系，成为客户的“金融顾问”，这就需要建立一个银行与客户沟通的桥梁，即客户经理。商业银行客户经理制是以市场为导向，以客户为中心，从客户的需求出发，营销金融产品，提供全方位金融服务的内部服务方式及运作制度。从银行内部来看，客户经理制不仅仅是单纯的客户关系管理方式，而是商业银行经营理念、组织架构、运作制度和运作机制上的一次变革，是一项长期的系统工程，如通过将柜台、网络、电话、自助银行设备等各种营销渠道与服务手段进行充分的、深层次的整合，建立客户关系管理系统，形成对客户经理制的强有力的后台支持。

目前客户经理制已得到了国内各商业银行的普遍认可和积极推广，但效果还不够理想，主要存在着客户经理的职能定位问题。目前存在着将客户经理的职能定位过于复杂化或过于简单化的现象；业务开拓与风险防范的关系处理问题，缺乏一种把对客户经理的授权和风险控制有机结合起来的制衡机制；对客户经理及其他部门人员的考评和激励问题，还有待于探索一套能有效激发客户经理积极性的科学的激励体制。

六、机构设置的市场化

我国商业银行目前的管理体制和业务流程主要考虑了银行的管理需要，而没有体现以市场和客户为中心的思想。商业银行要真正走市场化经营道路，就需要对现有的机构设置进行整合，使其与市场营销体系相配套。机构设置的整合实质是对银行组织机构体系的再造，在横向上改变按产品、业务分割的组织结构，按照以客户为中心的原则，对原有部门的职能进行重新定位或合并组建。对于业务拓展部门，要求客户经理直接面对客户，变以往的银行与客户“多点对多点”的分散型经营模式为“单点对多点”的集约化经营模式。对于业务支持部门，一方面要形成强有力的支撑保障系统，与业务开拓部门创造全新的经营合力；另一方面，应根据商业银行总行、分行以及支行不同的层次，来考虑与业务开拓部门之间的关系，如线形关系、直属关系或制衡关系。业务流程的再造首先是业务的横向集成，将以往

独立的业务加以集成,以适应日益多元化的客户需求;其次是业务的纵向压缩,主要在于压缩传统的金字塔模式中的管理层,向机构扁平方向发展,以保证客户的需求能够在银行内部高效有序的传递。

七、金融创新的品牌化

日益激烈的市场竞争环境要求银行必须要不断地迎合市场变化和客户需要进行创新才能生存发展,越来越多的商业银行也已将创新作为自己的立行之本,但国内商业银行的金融创新多是借鉴和“中国化”国外银行业的新业务的过程,与真正意义上的创新尚有不同,虽然鉴于国内银行在金融创新上还处于起步阶段,这也成为一种较为可行的方式,但寻求真正适合自己的有效的创新途径,将创新活动品牌化是国内银行目前所要关注的问题。

由于金融创新较之其他行业的产品创新,无专利予以保障,易于模仿,其“新”生命尤为短暂,因此往往会出现某家商业银行推出一种新业务或新产品,其他银行很快就加以效仿,这种现象一方面要求银行必须不断地推陈出新,依靠内部一套有序的创新机制来提高创新的速度和效率;另一方面,商业银行在创新过程中应增强品牌意识,由以往的零星的创新模式向系统的创新模式转变,根据银行业整体的发展趋势和自身的特点,包括企业文化特色,确立业务创新重点,在这些重点业务领域中分层次开发、分阶段推进创新活动,不但大力挖掘金融创新来提高银行运作效率、扩大产品的市场占有份额,更侧重于借助金融创新这一富创造性的企业活动,发展企业文化、树立企业形象和提高企业声誉,使得所有的新业务或新产品都打上自己的企业文化的烙印,和银行整体的品牌形象保持一致。这不仅仅是以某一或某些金融创新产品见特色,而是以系统的产品研发占据金融市场一定份额,形成金融创新的品牌化效应。

八、服务的个性化

金融业属于服务业,服务业的特点在于无形性和客户中心性,对于商业银行来说能否提供个性化的高效服务是其在激烈的竞争中取得优势的重要条件。在金融市场上,不同的个人客户在年龄、性别、职业、收入和文化以及公司客户在企业规模、产品特性、业务流程、经营状况和风险大小等方面存在差异,因而他们对于金融服务有着自己特有的需求,对客户和市场进行细分,每个层次的客户都可以成为一个潜在的独立市场。事实上没有一家银行能够为所有的客户服务,也没有一家银行能够提供客户所需要的所有金融产品,准确适当的定位将是银行发展的起点。所以各商业银行有必要在深入分析市场需求及其发展趋势的基础上,结合自身的特点,选择具有相对优势的细分市场,在面对有限的客户群时,银行将更有可能充分发挥自己的创新能力,为客户提供综合化、个性化的金融服务,使自己成为在该客户群或业务领域中高质量服务的代表。

同时银行服务是一个典型的服务包模型,可以分为三个层次,包括用以提供给客户核心利益的核心服务,如存贷款业务等;用以方便核心服务使用的便利性服务,如转账业务、代缴费用等;用以提高银行服务价值的支持性服务,如微笑服务、快捷服务等。这三种层次的服务在很多情况下并不是绝对的相互隔离、独立的,银行在致力于提供个性化服务时,不是仅仅在某个阶段推出一种口号式的服务,只强化服务的某个层次,而要考虑到如何将个性化体现在服务的不同层次上,相互融合,从而达到最佳的效果。

九、员工的职业化

银行作为知识密集型企业,它所提供的金融服务的质量是以其人才资源的高素质为基础的,因此人力资源开发管理战略成为银行的战略体系中不可或缺的一部分。加入 WTO 后,国内银行更是面临着人才流失的严重威胁,如何培养人才、吸引人才、留住人才成为银行业所日益关注的问题。

传统的银行人事管理往往注重于用指令性、规范性的语言或量化的指标来制定详细的录用机制、岗位配置机制、晋升机制和绩效考核机制等,在观念上还是把教育培训视作对员工的一种福利和消费投资,其效果是将所有员工的行为都限定在某个框架之中,而没有更多地去考虑如何充分发挥每个员工的潜力,使得员工对自身的角色只定位在银行工作人员的层面上,缺乏真正的职业精神和职业素质,这也是国内银行难以培养出职业银行家的原因所在。因此员工的职业化将是银行人力资源战略发展的一个重要趋势。

员工的职业化并不仅仅是对员工的职业教育培训,而是提供一套包括培训、考核、激励等在内的综合机制,同时淡化官本位意识,创造一个良好的学习氛围,鼓励和帮助员工结合自身的个人需求和特点进行职业生涯设计,银行根据员工的愿望和实际工作业绩,尽可能地为他们提供发展的空间。一方面对于员工来说,通过职业生涯设计将有利于其个人的发展;另一方面对于银行来说,确实需要一大批各个业务领域的专家,如能为企业提供服务的财务顾问,个人理财规划师等,这都是客户所迫切需要而又相对缺乏的金融人才。

参考文献

- [1]唐文琳主编.中国金融业与 WTO.广西人民出版社,2000
- [2]广东发展银行武汉分行姜乳云行长所作的“入世后我国商业银行的发展趋势”专题讲座
- [3]21 世纪银行家论坛.中国金融出版社,2001
- [4]厉以宁.对当前我国金融的一些看法.金融与保险,2003(1)
- [5]林后春.中国股份制商业银行的未来发展趋势与策略.经济研究参考,2001(80)
- [6]于宁.中国金融资产证券化现状及发展前景.投资研究,2002(9)

狭缝中求生存、求发展

——探讨我国中型商业银行的营销战略选择^①

一、前言

稍留心近来银行业的动态,就可以嗅到一种“硝烟弥漫”的味道。近年来,随着我国经济的发展和金融环境的不断放松,尤其是加入 WTO 后,外资银行带来的预期冲击,各家大小商业银行纷纷使出浑身招数,展开空前激烈的市场争夺战。如,“网点大战”、“概念大战”、“广告大战”等。在如此竞争态势下,商业银行纷纷认识到唯有尽快转变经营观念和业务发展策略,才有自己的立足之地。因此,“营销”作为竞争新策略正日益受到商业银行的青睐,营销管理也不断被商业银行所采纳、运用,逐步渗透到其经营活动中,从而形成了新一轮竞争的特点。

无疑,营销管理是符合我国经济和金融市场化发展趋势的。从目前情况来看,我国商业银行的营销管理和营销竞争更多地仍停留在初级水平。营销管理是一项系统性的战略工作,不是零星的几场大战就能充数。更重要的是,同一行业中,规模不同、地位不同的竞争个体,其营销战略选择是不一样的。正是基于这,本文把我国商业银行划分为三类:国有商业银行、中型商业银行和地区性商业银行。国有商业银行特指四大国有商业银行;中型商业银行是指全国性的新兴股份制商业银行;地区性商业银行是指其他机构网点仅限于当地的银行机构。

三类银行中,中型银行的处境比较特殊,其未来发展也因此尤为受到关注。即使不考虑中国加入 WTO 所带来的外资银行的竞争,中型银行也面临巨大的生存压力。中型银行为全国性银行,它们的市场区域定位与四大国有商业银行基本一致,也就是说是与工、农、中、建争夺市场,四大国有商业银行不可能无视它们的竞争行为。另一方面,它们也不能像地区性银行那样仅仅针对较小的地区或某客户群的狭小的细分市场,同时在地方市场也受到来自地区性银行的竞争。而且,中小商业银行在地位上与“国有四大”有很大区别,未得到监管部门的平等对待。可以说,我国中型商业银行是在狭缝中求生存、求发展。要想生存发展,中型银行必须对自身的发展战略进行反思和重新定位。否则,它只可能面临两种选择:一是通过灵活的经营管理和正确的市场战略,升为第一集团;二是被更大的银行兼并收购,

^① 2002 年 12 月 8 日发表于人大复印资料《金融与保险》

或沦为第三流的银行,通过收缩业务定位于狭小的细分市场。对于中型商业银行来说,应该考虑选择争取在几年内跨入第一集团。这一目标的实现,有赖于其正确的市场营销战略。

本文下面的结构安排是:第二部分通过运用迈克尔·波特提出的五种力模型对我国银行业进行总体分析,由此得出中型银行的战略对手和战略目标。正确的营销战略选择,除了要清楚和确定对手和目标,还要对敌我之间的力量进行深入研究,这是第三部分所做的。第四部分是在前两部分的基础上,提出中型银行市场营销的战略选择。最后一部分,借用迈克尔·波特的竞争优势理论来探讨如何构建我国中型商业银行的竞争优势。

二、我国银行业的竞争结构分析

迈克尔·波特提出的竞争产业结构分析的框架同样适用于金融业。他认为一个产业内部的竞争状态取决于5种基本作用力(见图1)。对于银行业来说,这5种作用力也是同样存在的,它们决定了银行业竞争的强度与产业的利润率。由于银行与一般工商企业的不同点,故而这5种作用力的影响也有所不同。

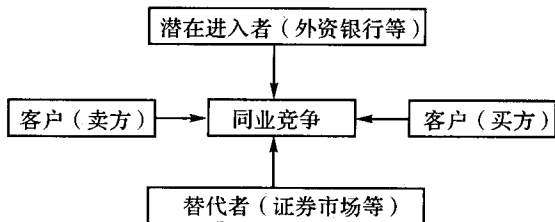


图1 驱动银行业竞争的五种作用力

1. 供方侃价能力

供方主要是指商业银行的资金供求者,商业银行的资金主要来源于存款,因此存款利率直接决定了银行的成本。但由于我国银行利率受到国家宏观政策控制,并且我国投资渠道有限,银行仍会成为存款者(居民和企业)存款最主要的去处,再者存款者相对于银行过于分散,所以往往与银行的侃价能力并不强大。

2. 买方侃价能力

对银行而言,买方同样是居民和企业,它们的侃价能力主要体现在压低价格和要求高质量的服务。由于银行产品的同质性,买方选择哪家银行并不对企业造成实质性的影响,因此,银行率先进行产品创新,提高服务质量和人员素质就显得十分重要。

3. 潜在进入者

由于各国对银行都有严格的标准,因而潜在进入者在更多的情况下表现为市场进入准入,即外国银行的竞争。这种威胁在我国表现得很明显。但在金融国际大门尚未开启之前,我国商业银行尚有一段时间无须直接面对外资银行的竞争,