

中小银行

的

叶望春 著

市场定位战略

ZHONGXIAO
YINHANG de
SHICHANG DINGWEI
ZHANLUE

● 经济管理出版社

● ECONOMIC MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

中小银行的市场定位战略

叶望春 著

经济管理出版社

责任编辑：何 怡

技术编辑：蒋 方

责任校对：平 实

图书在版编目(CIP)数据

中小银行的市场定位战略/叶望春著. —北京:经济管理出版社,2002

ISBN 7-80162-423-8

I. 中… II. 叶 III. 银行—经济发展战略—中国 IV. F832

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2002)第 035690 号

中小银行的市场定位战略

叶望春 著

出版:经济管理出版社

(北京市新街口六条红园胡同 8 号 邮编:100035)

发行:经济管理出版社总发行 全国各地新华书店经销

印刷:北京英杰印刷厂

880×1230 毫米 1/32 10.75 印张 262 千字

2002 年 7 月第 1 版 2002 年 7 月北京第 1 次印刷

印数:1—5000 册

ISBN 7-80162-423-8/F·407

定价:22.00 元

·版权所有 翻印必究·

凡购本社图书,如有印装错误,由本社发行部负责调换。

通讯地址:北京阜外月坛北小街 2 号 邮编:100836

联系电话:(010)68022974

序

李 扬

以交通银行在 1986 年重新开业为标志,中国的中小商业银行已经有了 16 年的历史。回顾这 16 年的发展,应当说,在传统的经济体制和金融体制约束下艰难生长起来的中小银行,显示出极强的生命力。在进入新世纪的时候,由国有商业银行、股份制商业银行和城市商业银行三个层面构成的我国银行业组织体系已基本形成;在同大银行展开激烈竞争的过程中,中小银行已逐渐找到了自己的生存空间。

我们看到,从 20 世纪 90 年代开始的全球经济与金融结构的战略性调整,更为中小银行的发展提供了新的机遇。在席卷全球的银行业兼并重组浪潮中,一方面,固然是一个个“超大银行”应运而生;另一方面,中小商业银行也逐渐找到了新的发展平台。

这种活力来自新经济的发展,来自中小企业在新经济中的地位的提高,来自中小银行同中小企业的天然联系。人们普遍注意到,由于科学技术的发展和社会进步,中小企业在社会生活中的作用和地位已经发生了重大变化。在工业经济时代,由于交易费用和信息成本甚高,由于存在着资产的专用性,大公司成为整个经济的主宰。在那个时代里,中小企业存在之价值,是在居民日常生活领域中“拾遗补缺”,是在零部件和配件的生产和加工的层面上,为大公司提供服务。在新经济时代,情况正在发生重大变化。在信息技术突飞猛进的基础上,中小企业日益显示出其独立的品格,并与大公司一起,构成经济发展的两大主要企业组织形式。这是因

为,那些降低信息成本的发明,如现代互联网和电信技术的发展;那些保护市场交易能够更安全有效进行的产权安排,如法律对私有财产权(包括无形知识产权)保护的加强、关税和非关税壁垒(以及地方保护主义)的消除、企业自主注册制度的实行、政府垄断行业向私人部门的开放,等等;那些降低商品流转费用的建设,如交通基础设施的改善、商品流通体系的完善,以及经济市场化程度的提高等等,都会提高商品和劳务的交易效率,使得中间产品的交易效率提高得比劳动力的交易效率更快,从而使企业平均规模不可避免地出现下降趋势,并赋予中小企业独立存在的价值。我们认为,尽管借助新的信息技术和计算手段,中小银行的金融服务可能有扩展之势,但是,认为中小银行的服务对象将主要是中小企业,应当是有根据的。这就是说,新经济的产生和发展,赋予中小银行新的增长活力。

在这种情势下,研究中小银行未来的发展战略,特别是其市场定位战略,便有了十分重要的意义。遗憾的是,在现存的金融理论文献中,专论中小银行发展的著作可谓十分鲜见。正因为此,叶望春博士的专著《中小银行的市场定位战略》,就非常值得我们一读。

这首先是因为,在过去的文献中,关于中小银行发展问题的专著,基本上属于空白。在这个意义上,本书的研究具有开创性。本书以传统的企业管理学、银行市场营销学和市场学为基础,吸收金融学、制度经济学和产业经济学等相关学科的研究成果,首次系统分析了与中小银行市场定位有关的制度背景、金融环境、信息技术革命的影响等多种因素,从而初步构建了分析中小银行市场定位问题的分析框架。

本书的又一特点,是密切联系中国特有的制度条件来研究我国中小银行的发展问题。本书认为:金融制度的发展变化制约并决定着金融主体的选择行为,并进一步影响金融资源的配置和金融创新的进程。因此,在研究中小银行市场定位问题的过程中,作

者始终紧密联系中国特有的制度转型背景,尤其是,密切联系我国当前体制框架下中小银行与国有大银行在产权结构、治理结构、组织架构等方面的制度差异,并进行了较为详细的比较分析。在这些分析的基础上,作者论述了这些差异对中小商业银行市场定位的影响及可行的定位策略选择。应当说,这些分析都是比较中肯的。

与中小银行市场定位密切关联的又一因素是金融环境。因此,金融环境对中小银行市场定位的影响构成本书的重要内容。作者认为,研究和分析中小银行运行的金融环境,是关系到其市场定位的基础性工程。从某种意义上讲,市场定位的实质就是认清环境并想方设法去适应环境。基于这种认识,本书对与中小银行市场定位直接相关的金融环境因素,诸如金融市场发育程度、金融市场垄断竞争态势、金融当局货币政策等,进行了详细且系统的分析。这些分析,有助于我们深入理解我国中小银行形成目前这种状态的原因,并有助于形成切实可行的改革方略。

在进行了上述分析之后,提出我国中小银行市场定位战略,便成为顺理成章的事情。根据我国中小银行发展的历史及其面临的制度环境,作者提出中小银行宜选择“求异型为主,跟随型为辅”的市场定位策略。也就是说,中小银行应当致力于将独特的专门服务技术融入与竞争对手相似的竞争业务中去,形成与大银行不同的别具一格的金融产品与金融服务。

限于篇幅,我不可能一一列举本书的新观点、新材料和新方法——在我看来,在本书中,这种“闪光点”是较多的。尤其是,因为作者本人就是一名在银行界工作多年,目前又实际地担任着一家中小银行负责工作的银行家,他的很多研究和判断更有着很强的可操作性。相信关心中国中小银行乃至整个中国金融业未来发展的人,都可在本书中读到对自己有用的东西。

目 录

0 导论	(1)
0.1 问题的提出	(1)
0.2 本书的结构	(3)
0.3 对此研究课题的推进	(6)
第1章 中小商业银行市场定位:理论发展	(9)
1.1 市场定位的涵义	(9)
1.1.1 市场定位	(10)
1.1.2 市场细分、市场定位、目标市场	(10)
1.2 市场定位的意义	(13)
1.2.1 促进中小银行可持续发展	(14)
1.2.2 优化社会资源配置	(15)
1.2.3 应对加入 WTO 带来的机遇和挑战	(17)
1.3 我国中小商业银行的市场定位	(18)
1.3.1 我国中小商业银行的市场定位:现状及问题	(19)
1.3.2 市场定位缺陷引致的负面效应	(24)
1.4 若干发达国家中小商业银行市场定位的实践	(26)
1.4.1 美国	(26)
1.4.2 英国	(29)
1.4.3 日本	(31)
1.4.4 德国	(32)
1.5 国外经验的启示	(35)

1.5.1	市场定位的指导思想·····	(36)
1.5.2	中小商业银行市场定位类型:目标市场策略·····	(37)
1.5.3	中小商业银行市场定位类型:市场竞争位次策略 ·····	(40)
1.5.4	中小商业银行市场定位类型:C—A—P 模型·····	(40)
第2章	中小商业银行市场定位:制度背景·····	(44)
2.1	中国银行体系沿革·····	(45)
2.1.1	四大国有商业银行的建立与发展·····	(45)
2.1.2	新兴商业银行的兴起·····	(48)
2.1.3	城市商业银行的组建与发展·····	(52)
2.2	“四大”与中小商业银行:制度差异分析·····	(53)
2.2.1	产权制度与治理结构·····	(53)
2.2.2	调控权·····	(55)
2.2.3	信用保障·····	(56)
2.2.4	金融服务·····	(57)
2.2.5	网络覆盖范围·····	(58)
2.2.6	激励与约束机制·····	(59)
2.2.7	资本补偿机制·····	(60)
2.3	制度差异对中小商业银行市场定位的影响·····	(62)
第3章	中小商业银行市场定位:金融环境的影响·····	(65)
3.1	信贷市场发展与中小商业银行的市场定位·····	(66)
3.2	货币市场的发展与中小商业银行的市场定位 ·····	(68)
3.2.1	我国货币市场的发展·····	(68)
3.2.2	货币市场中的资金流动格局·····	(71)
3.2.3	货币市场中的中小银行·····	(74)
3.3	资本市场的发展与中小商业银行的市场定位 ·····	(77)

3.3.1	资本市场的发展有利于中小商业银行完善资本金补充机制·····	(77)
3.3.2	资本市场的发展还会对中小商业银行的业务定位产生直接的影响·····	(78)
3.3.3	对表外业务的影响·····	(79)
3.4	金融政策与中小银行的市场定位·····	(79)
3.4.1	宏观金融环境的影响·····	(80)
3.4.2	货币政策调整的影响·····	(81)
3.5	银行业市场结构与中小商业银行市场定位·····	(85)
3.5.1	银行业市场的微观结构·····	(85)
3.5.2	宏观效应·····	(90)
3.5.3	在既定的市场结构下考虑市场定位·····	(91)
第4章	中小商业银行发展中的金融风险·····	(93)
4.1	金融风险:理论分析·····	(93)
4.1.1	金融风险的成因·····	(94)
4.1.2	商业银行风险的分类及表现形式·····	(96)
4.1.3	商业银行风险控制机制·····	(98)
4.1.4	企业与商业银行风险·····	(99)
4.2	管理中小商业银行的风险·····	(100)
4.2.1	我国中小商业银行风险形成的特殊原因·····	(100)
4.2.2	防范化解中小商业银行风险的政策建议·····	(104)
4.3	结语:在防范风险中寻找市场定位·····	(107)
第5章	加入WTO与中小商业银行的市场定位·····	(109)
5.1	中国银行业市场的开放:进程及现状·····	(110)
5.1.1	中国银行业市场开放的进程·····	(110)
5.1.2	外资银行对中国市场份额的分割·····	(113)
5.2	加入WTO后中国银行业服务市场的压力·····	(115)
5.2.1	加入WTO对中国银行市场开放的促进·····	(115)

5.2.2	中国已经作出的银行市场开放承诺	(116)
5.3	中国银行业的脆弱性及其基础	(118)
5.3.1	主客户——国有企业的软约束制约	(118)
5.3.2	所有者——政府的不当干预	(119)
5.3.3	监管者——强烈的行政倾向	(122)
5.3.4	内部管理——制度与经理人员的双重缺乏	(124)
5.3.5	财务现状——NPLs 过量与 CARs 盈利过低	(125)
5.4	外资银行的竞争优势与竞争战略	(127)
5.4.1	竞争优势	(127)
5.4.2	竞争战略	(130)
5.4.3	即将到来的外资银行冲击点	(132)
5.5	加入 WTO 对我国中小商业银行的影响	(137)
5.5.1	我国中小商业银行目前存在的问题	(137)
5.5.2	加入 WTO 后我国中小商业银行受到的冲击	(140)
5.5.3	加入 WTO 后中小商业银行的市场定位	(141)
第 6 章	高新科技发展与中小商业银行市场定位	(145)
6.1	高新科技应用于银行业	(145)
6.1.1	高新科技改造了传统的银行业	(145)
6.1.2	高新科技在我国银行业中的应用	(147)
6.2	高新科技的应用与中小商业银行市场定位	(153)
6.2.1	高新科技改变了中小商业银行的生存环境	(153)
6.2.2	高新科技应用于银行业:经营观念的改变	(155)
6.3	中小商业银行应用高新科技:同国有大银行的 比较	(157)
6.3.1	优势所在	(157)
6.3.2	正视劣势	(162)
第 7 章	中小商业银行市场定位:基本思路小结	(166)
7.1	突出机制优势	(167)

7.2	力争技术领先	(167)
7.2.1	对银行组织机构进行网络化改造,充分发挥整体优势	(168)
7.2.2	强化集中调控,实现扁平化管理,使银行决策更加贴近 市场	(168)
7.2.3	建立、开放商业银行应用系统开发制度和客户信息 管理制度	(169)
7.2.4	建立金融工程战略小组,实行个性化金融产品创新 ...	(170)
7.2.5	建立商业银行经营管理的全面、异体、实时网络化监控 制度	(170)
7.2.6	建立规范措施,增强安全防范意识	(171)
7.3	以中小企业为主要服务对象	(171)
7.3.1	中小企业是社会主义市场经济体系不可或缺的组成 部分	(172)
7.3.2	从风险收益的角度分析,中小商业银行应以中小企业 为主要服务对象	(172)
7.3.3	我国数量众多的中小企业是中小商业银行赖以生存和 发展壮大的基础	(174)
7.3.4	从改善金融服务角度看,有利于改变信贷结构与经济 结构扭曲的格局	(176)
7.4	始终以市场需求为导向	(177)
7.4.1	确立以客户为导向的经营理念	(178)
7.4.2	确定目标客户群	(179)
7.4.3	推行客户经理制	(180)
7.5	大力拓展中间业务	(182)
第8章	中小银行的主要服务对象:中小企业	(186)
8.1	中小企业概说	(186)
8.1.1	两种基本的划分标准	(186)
8.1.2	各国标准举要	(187)

8.2	中小企业存在的经济根据	(189)
8.2.1	规模不经济学说的解释	(190)
8.2.2	交易成本学说的解释	(191)
8.2.3	专业化协作理论	(193)
8.2.4	技术创新理论和信息经济学的解释	(193)
8.3	我国中小企业发展的现状	(194)
8.3.1	乡镇企业	(195)
8.3.2	民营科技企业	(196)
8.3.3	国有中小企业与集体企业	(197)
8.3.4	私营企业与外商投资企业	(198)
8.4	中小企业在我国经济中的地位与作用	(199)
8.4.1	中小企业是我国经济新的增长点	(199)
8.4.2	中小企业的发展促进了我国经济所有制结构的变化	(200)
8.4.3	中小企业是增加就业的基本场所	(201)
8.4.4	中小企业是产品出口的重要力量	(201)
8.4.5	中小企业推动了城市化进程	(202)
8.5	我国中小企业发展面临的问题	(203)
8.5.1	经营管理水平低	(203)
8.5.2	人力资源缺乏	(204)
8.5.3	中小企业经营多元化与资本运营问题	(205)
8.5.4	制约中小企业发展的瓶颈:融资困境	(206)
第9章	中小企业的融资结构与融资体系	(208)
9.1	企业融资结构理论	(208)
9.1.1	古典企业融资结构理论	(208)
9.1.2	莫迪利亚尼—米勒定理(MM定理)	(210)
9.1.3	权衡理论	(212)
9.1.4	非对称信息与企业融资结构	(215)

9.2	发达国家中小企业的融资结构与融资体系	(217)
9.2.1	美国中小企业的融资结构	(217)
9.2.2	英国中小企业融资结构	(221)
9.2.3	发达国家中小企业融资体系	(223)
9.3	我国台湾省中小企业融资结构与融资体系	(226)
9.3.1	中小企业融资结构	(227)
9.3.2	台湾的中小企业银行与中小企业融资	(229)
9.3.3	辅导中小企业的措施	(233)
9.4	我国中小企业融资结构与融资困境	(235)
9.4.1	我国中小企业融资结构	(235)
9.4.2	我国中小企业融资困境	(239)
第 10 章	中小企业融资方式探索	(247)
10.1	权益性资本融资	(247)
10.1.1	权益性资本融资概述	(247)
10.1.2	美国的私募资本市场	(249)
10.1.3	我国的私募资本市场	(252)
10.1.4	适度规范发展我国私募资本市场	(255)
10.2	中小企业融资:建立风险投资体系	(257)
10.2.1	风险投资概述	(257)
10.2.2	风险投资公司的运作	(258)
10.2.3	风险投资与中小企业	(259)
10.3	发展与完善我国的风险投资体系	(261)
10.3.1	我国风险投资的种类	(262)
10.3.2	我国风险投资体系:存在的问题	(263)
10.3.3	建立我国完善的风险投资退出机制	(265)
10.3.4	政府在建立风险投资体系中的作用	(267)
10.4	中小企业债务融资:信贷配给模型分析	(271)
10.4.1	债务融资概述	(271)

10.4.2	信息不对称与信贷配给	(272)
10.4.3	道德风险与信贷配给	(274)
10.4.4	项目选择与信贷配给	(274)
10.4.5	战略性不偿还与信贷配给	(276)
10.4.6	我国中小企业的信贷配给	(277)
10.4.7	缓解借贷行为中信息不对称的方法	(279)
10.5	中小企业信用担保体系建设	(281)
10.5.1	世界各国(地区)中小企业信用担保体系:概况	(282)
10.5.2	中小企业信用担保体系的通行做法和基本程序	(284)
10.5.3	我国信用担保体系的现状与问题	(285)
10.5.4	建立我国中小企业信用担保体系应注意的问题	(288)
10.6	中小企业融资与中小商业银行	(290)
10.6.1	中小企业融资:中小商业银行的优势	(290)
10.6.2	中小企业融资:中小商业银行的劣势	(294)
10.6.3	中小商业银行如何为中小企业融资服务	(295)
第 11 章	中小银行发展:构建现代银企关系	(299)
11.1	关于银企关系的理论	(299)
11.1.1	银企关系的契约分析	(299)
11.1.2	稳定银企关系的意义	(301)
11.1.3	声誉在银企关系中的作用	(301)
11.2	融资模式与银企关系	(303)
11.2.1	简约型银企关系:初始内源融资模式	(303)
11.2.2	依存型银企关系:外源间接融资模式	(303)
11.2.3	互补型银企关系:外源直接融资模式	(304)
11.2.4	渗透型银企关系:高效内源融资模式	(304)
11.3	发达国家银企关系略述	(305)
11.4	主办银行制度——我国中小商业银行与中小企业 关系的构建原则	(308)

11.4.1	主办银行制度对中小企业发展的意义	(308)
11.4.2	推行主银行制度的建议	(311)
11.5	重塑我国社会信用	(314)
11.5.1	当前我国的社会信用现状	(314)
11.5.2	构建社会主义信用价值观和社会信用制度	(316)
11.6	建立我国中小企业信用评估体系	(320)
11.6.1	加强评级业立法,确立信用评级工作的法律地位	(320)
11.6.2	统一评估体系和标准,实现评估科学化,提高评级 质量	(320)
11.6.3	积极培育评级市场	(320)
11.6.4	加快建立信用评级行业协会步伐,加强评级机构自身 建设,不断提高评级质量	(320)
后记		(322)

0 导 论

0.1 问题的提出

20 世纪末的世界银行业可谓风云激荡、变幻莫测。从 1996 年末开始直到 1999 年才得到基本抑制的东亚金融危机,使国际金融体系经历了近半个世纪以来最剧烈的冲击和最严峻的挑战:全球国内生产总值的增长率从 1997 年的 4.2% 下降到 1999 年的 2.5%。这一危机曾一度使世界经济濒临全面衰退的边缘,同时,市场结构的变化、金融机构的重组等革命性浪潮扑面而来,令人应接不暇。

以取消利率管制、金融经营混业化、金融运行一体化和金融全球化为核心内容的金融革命不断走向深入,推动世界范围内的金融制度不断变革、金融服务日新月异、金融机构重新整合、金融业经营理念分化重塑。为了适应金融自由化、全球化、综合化、网络化的大趋势,提升银行的国际竞争力,20 世纪 90 年代中期以来,一股银行业的合并浪潮席卷国际银行界,并不断掀起新的高潮,一个个“超大银行”应运而生。各大银行倚重规模经济优势和雄厚的实力逐鹿竞雄。银行业竞争在更高层次上愈演愈烈。

与此同时,经过多年的金融体制改革,我国金融市场日趋成熟,金融体系日臻完善。在这种背景下,我国银行业市场上多极竞争主体的格局渐趋明朗。国有商业银行、股份制商业银行和城市商业银行三个层面的银行架构已基本形成,并就有限的市场份额

展开激烈的竞争。在这场几近白热化的争夺战中,中小商业银行处境艰难,面临着严峻的生存压力。一方面,与国内国有大商业银行相比,它们无论在资产规模、网点设置、电子网络化水平方面,还是在资金来源、资产配置以及信用保证等方面都处于不利的地位,致使市场不断被蚕食;另一方面,它们还面临着中国加入 WTO 后带来的游戏规则的变化,外资银行参与竞争所带来的猛烈冲击和严峻挑战。在激烈的竞争态势下,中小商业银行^① 只有立足于自己的机制所长,制定和实施正确而明晰的市场定位策略,才有可能确立自身的市场竞争优势,谋求可持续发展的核心能力。否则,在竞争的冲击下,必然是风雨飘摇,岌岌可危。

在另一面,我们看到,随着中国经济结构的调整,随着中国经济逐步完成工业化并开始迈入信息化的道路,中小企业在我国国民经济中的作用与地位越来越突显。中小企业特别是小企业,成为国民经济健康协调发展的重要基础,成为社会稳定的重要保证。统计显示,在中国,中小企业以其占全部企业 48.5% 的资产创造了 69.7% 的就业岗位,并以此为国家减少了在社会保障方面(如失业保险等)的财政开支,同时还为国家创造了 43.2% 的税收;中小企业是引入优胜劣汰机制、建立社会主义市场经济体制的微观基础;它们还是鼓励民间投资的重要载体,是发展和建设小城镇的主体。

然而,由于各种原因,我国中小企业的进一步发展面临着大量困难,其中,以融资难为最。这不仅表现在中小企业外源性融资占全部资金比例小,而且表现在它们的外源融资中获得银行贷款的能力较差,申请贷款遭拒绝的比例较高。同时,企业内源融资因我国还未建立有效的风险投资机制,也不能满足企业尤其是高新技

① 本书所指中小商业银行是指除中、农、工、建之外的股份制商业银行与城市商业银行。