

JINRONG JIZHE KANLICAI

戚欣 主编

金融记者

看  
理财

中国金融出版社

# 金融记者看理财

主 编 戚 欣

副主编 刘国水

中国金融出版社

责任编辑:李兴发

责任校对:潘 洁

责任印制:丁淮宾

### 图书在版编目(CIP)数据

金融记者看理财/戚欣主编. - 北京:中国金融出版社,  
1999.8

ISBN 7-5049-2165-3

I. 金…

II. 戚…

III. 家庭经济学 - 通俗读物

IV. F063

中国版本图书馆 CIP 数据核字(1999)第 25163 号

出版 **中国金融出版社**

发行

社址 北京广安门外小红庙南里 3 号

邮码 100055

经销 新华书店

印刷 固安印刷厂

开本 850 毫米×1168 毫米 1/32

印张 6.5

字数 169 千

版次 1999 年 8 月第 1 版

印次 1999 年 8 月第 1 次印刷

印数 1-4085

定价 12.00 元

如出现印装错误请与印刷装订厂调换

## 前 言

对于改革开放的成果,中国老百姓最直接的感受是口袋里的钱多了,现在仅国内居民储蓄存款余额就有近六万亿元。有了钱怎么用?如何使钱生钱?寻找生财之道、用财之道的“投资理财”,不仅企业、机构在探讨、研究,也成为老百姓的热门话题。现实的需求,自然成为新闻媒体追逐的热点。近年来,不少报纸开辟了投资理财专版,电台、电视台也相继开设了专栏,尽管栏目名称各异,但看好投资理财这一报道领域却是共同的。

《金融时报》作为中国金融界最具权威的报纸,当然不甘人后。从1998年1月创办每月一期的“投资理财”专版,到1999年成立投资理财编辑部并出版“投资理财周刊”,表现出《金融时报》对这一领域的关注。展现在读者面前的这本书,是《金融时报》从事投资理财专题报道的记者,在过去一年多时间工作的“集锦”。

可以说,《金融时报》的记者在报道投资理财方面得天独厚。因为,对于手握财富的人来说,无论是将钱存入银行,还是掷于惊涛骇浪的股市;无论是用一纸保单为未来撑起保护伞,还是贷款买房购车,他们都得与银行、证券公司、保险公司等金融机构打交道。而了解金融机构的各种业务,洞悉金融机构的方方面面,是《金融时报》记者“近水楼台先得月”的行业特点。所以,这本书不一定是投资理财领域最畅销的,但专业记者的视角却是独特的。

专业性强,是投资理财领域的报道特点,以周刊的方式对这一领域的新闻加以“解释”,则是有效的方式。因此,将这些“板块”形式的“解释”汇集成册很有必要。由于周刊的知识性强、资料性丰富,使这本书较一般新闻报道文集多了一些实用性和生命力。

这本书不仅为老百姓了解投资理财开拓视野,也为广大金融机构从业人员提供了扩大知识面的机会。现代金融的专业化程度越来越高,分类越来越细,“隔行如隔山”的感觉在金融界已相当普遍。看一看别人是怎么做的,想一想自己应怎样做,这本书不无益处。

如果你在今后的投资理财生涯中,还能够想起这本书,那么,我们的努力就没有白费。

编者

1999年5月于北京丰台太平桥

# 目 录

## 前 言

### 个人理财篇

- 个人理财 银行客户两相宜..... (1)
- 银行代收付 服务你我他..... (7)
- 小额抵贷 风风火火闯九州 ..... (14)
- 欧元理财操作 ..... (24)

### 外币储蓄篇

- 外币储蓄——乘着改革开放的春风 ..... (36)
- 个人外币存款备忘录 ..... (39)
- 内行教你看门道——京城柜员细说外币储蓄 ..... (41)
- 何 苦 ..... (46)

### 出境用汇篇

- 旅行支票——掀起你的盖头来 ..... (48)
- 有了钱 出国玩 ..... (51)
- 出国换汇众生图 ..... (55)
- 旅行支票备忘 ..... (58)
- “感谢”外国小偷 ..... (60)

## 银行卡篇

|                        |      |
|------------------------|------|
| 持卡人：准备好了吗？ .....       | (62) |
| 九卡驰九州 .....            | (69) |
| 一卡在手能否走遍神州 .....       | (76) |
| 银行卡 潇洒走一回 .....        | (88) |
| 联名卡 一枝独秀 .....         | (91) |
| 银行代理业务——驶入“交通要道” ..... | (93) |

## 自助银行与电话理财篇

|                    |       |
|--------------------|-------|
| 自助银行热京城 .....      | (98)  |
| 感受郑州自助银行 .....     | (104) |
| 电话服务 融入金融 .....    | (108) |
| “理财机”——高手的秘密 ..... | (112) |
| 电话：炒股遥控器 .....     | (114) |

## 保管箱篇

|                    |       |
|--------------------|-------|
| 保管箱——理财管物新观念 ..... | (116) |
| 保管箱业务概览 .....      | (118) |
| 透视保管箱 .....        | (119) |
| 保管箱租赁 ABC .....    | (121) |
| 京城保管箱 渐入佳境 .....   | (123) |
| 人无我有 人有我新 .....    | (126) |

## 投资信托篇

|                    |       |
|--------------------|-------|
| 再认识风险投资 .....      | (130) |
| 投资银行 大展鸿图会有时 ..... | (133) |
| 信托投资欲何如 .....      | (137) |

|                |       |
|----------------|-------|
| 个人投资股市的条件····· | (141) |
|----------------|-------|

## 购房篇

|                  |       |
|------------------|-------|
| 购房:列入家庭理财日程····· | (148) |
| 购房融资助你“圆梦”·····  | (153) |
| 个人住房贷款缘何不旺·····  | (158) |
| 房价为何跌不动·····     | (161) |
| 交付毛坯房如何·····     | (165) |

## 人寿保险篇

|                      |       |
|----------------------|-------|
| 父母“心太软” 红透少儿险·····   | (167) |
| 慷慨一把为孩子·····         | (171) |
| 养老未雨早绸缪 保险助燃夕阳红····· | (173) |
| 老了靠谁·····            | (179) |
| 为什么买养老险·····         | (180) |
| 我国商业养老保险主流险种一览表····· | (182) |
| 期盼寿险经纪人登场·····       | (184) |

## 收藏篇

|                  |       |
|------------------|-------|
| 我看收藏·····        | (188) |
| 金融邮票面面观·····     | (190) |
| 古旧钟表越老越俏·····    | (192) |
| 收藏风正兴 拍卖助君行····· | (194) |
| 怎样鉴别书画 真伪·····   | (197) |

## 个人理财 银行客户两相宜

·陈宜萍

1999年3月22日晚,中央电视台黄金时段的“新闻联播”播发的一条消息引起了各界的关注。消息说的是工行浙江省分行西湖支行和解放路支行开办个人理财业务,探索金融服务新思路的事。商业银行的基层支行能够跻身于“新闻联播”之列,这在金融界似乎并不多见。

所谓“个人理财”,就是银行为满足自然人客户的多样化需求而推出的一系列金融服务,如:理财咨询、理财分析、存单质押、开具存款证明以及委托存款转期转账等。这在国外早已不是什么新鲜事。据悉,在一些西方发达国家的商业银行,个人金融服务业务量在总业务量中一般要占三分之一以上。在我国银行业,长期以来,对个人的金融理财服务仅仅局限于储蓄、代收代付等。1997年,中信实业银行广州分行率先在国内银行界成立了私人银行部,客户只要在私人银行部保持最低10万元的存款;就能享受该行的多种财务咨询。1998年中国工商银行的上海分行、浙江分行、天津分行等5家分行,根据总行的部署,分别在辖区内选择一些软、硬件条件符合要求的营业网点进行“个人理财”的试点。一年多来,“个人理财”像一个蹒跚学步的孩子迈出了跃跃欲试的最初步履。

### 天地有多大

应该说,作为服务领域的银行,所有的业务都是属于“投资、理财”的范畴,无非是对象不同而已,或对机构、单位,或对

个人。随着改革开放的不断深入,尤其是工、农、中、建四大国有商业银行由粗放式经营向集约化经营转变以来,我国的商业银行在围绕“商”字做文章、努力提高经济效益方面进行了大量有益的探索,也取得了卓有成效的业绩。在推进商业化过程中,各家商业银行都清醒地看到,个人金融服务是一片“尚待开垦的处女地”,是培养生息基地和利润增长点的工作重点所在。于是,各家行纷纷利用自身现有的优势,“瞄准”个人金融服务这块领域大做文章。

记者在工行浙江省分行采访时,曾到该行已经开办个人理财业务的几个营业网点“旁听”多时。发现在“个人理财”专柜,前来咨询的客户络绎不绝。西湖支行的一位负责人告诉记者,自从推出“个人理财中心”以来,每天都要接待 20 多次,同时还有很多人通过电话咨询。在解放路支行,记者看到不少人办妥储蓄或其他业务后,又走到“个人理财”服务区,向有关人员咨询;银行印发的关于“个人理财”的宣传单,放在专柜上很受欢迎。

市场反响为何如此热烈,最主要的一个原因就是老百姓手中的闲钱越来越多了。试想,倘若时光倒退二十年,百业待兴,普通老百姓谁也不富裕,居民储蓄总体来说还停留在“原始积累”阶段,一部分人温饱尚成问题,“理财”岂不是“空中楼阁”?而现在则不同,随着改革开放的不断深入,我国经济形势日新月异、蒸蒸日上,百姓的经济生活也发生了翻天覆地的变化。尤其是我国东南沿海一带,股份制经济、民营经济和个体经济的日渐红火,使越来越多的人走入“小康”,奔向“富裕”。“10 万元不算富,100 万元刚起步”。中产阶级逐步形成,银行如何面对?

当腰包渐鼓、闲钱渐多之后,很多人也开始产生了困惑:如何使手中的钱保值增值?怎样更合理地去银行储蓄?有需

求就有市场,有市场才有效益。于是,银行适时推出“个人理财”金融服务项目,在客户中广泛产生了共鸣,深受欢迎。

据统计,截至1999年3月底,我国城乡居民储蓄存款余额已达57814.7亿元。在欣喜之余,如此巨额的“笼中虎”向何处去?不免令人生出几分担忧。尽管3年来连续6次降息,老百姓的储蓄热情依然有增无减。在这种前提下,银行如何担当起老百姓投资理财的“顾问”和“参谋”,可谓“前途光明,路途漫漫”。

### 能走多远

近年来,随着人们金融意识的日渐增强、经济活动的日趋活跃以及投资渠道的多样化,老百姓与银行已成为越来越“亲密”的“伙伴”,银行变得不再神秘。然而,如何选择最佳理财方案,并不是家喻户晓、人人皆知。

据有关资料统计,未经专家助理理财的家庭,90%以上都存在财务不合理的问题。世界级富翁比尔·盖茨尚且依靠理财高手拉森替他管理50亿美元的私人投资,何况我们普通百姓?

记者在工行浙江分行了解到,他们推出的“个人理财”服务,内容相当广泛,囊括了储蓄存款理财分析、金融理财咨询、小额抵押贷款、各类代理业务、信用卡、开具存款证明、外汇买卖、个人住房按揭贷款咨询等8个方面,其中仅储蓄,就有100多种组合方案。

从目前的情况来看,各家银行的“个人理财”服务,普遍具有这样两个特点:

其一,针对性强。由于个人理财是“一对一”的服务,银行的“理财顾问”针对客户的资产情况、家庭现状等,开诚布公地向其介绍各类现有投资品种。推荐的理财方案因人而异,故

而具有较强的针对性。

其二,客户有信任感。在“个人理财”中心或专柜工作的,都是经过严格挑选、具有一定的专业知识的人员。他们在为客户参谋最佳理财方案之余,也“推销”了银行的经营理念和金融文化,提高了金融企业的形象。这种“走出柜台”,直接面对面的交流,让客户有一定信任感。

诚然,当家理财是一门学问,理财方案的优劣决定了收益率的高低。其间涉及到政治、经济、金融、法律等多种学科的知识、绝非一朝一夕之功。严格说来,我国目前各家商业银行开办的“个人理财”业务还仅仅处于一个初级的、浅表的阶段。借鉴发达国家的经验,“个人理财”的重点应该放在如何使资金最大幅度地增值上,通过理财专家的分析,居民把个人资金或自己、或通过银行投向尚未涉足过的高收益产业,如房地产、股票、债券、投资基金,以及高科技产业等。而这一点,以我国商业银行现有的手段和能力,恐怕是“爱莫能助”。当然,这里面,也存在一个政策空间的问题。

记者在采访中感到,各家银行对开展“个人理财”业务积极性都很高。就目前来说,银行看重的倒并不是“立竿见影”的经济效益,而是这项业务引发的社会效益,并由此带来的相关业务的拓展,以及其他方面的受益。

### 君我两相宜

目前,在我国商业银行开展个人理财新业务,具有很重要的现实意义。具体而言,银行可以在以下几个方面有所受益:

第一,能有效发挥银行作为资金媒介的主渠道作用。随着市场经济的逐步深入,百姓的经济活动,尤其是与金融相关的经济活动日趋活跃。由于多方原因,我国的居民对银行的

熟悉、信任程度要远远超过了其他的金融机构,可以说,在我国城镇,几乎没有一户居民没有银行存款。百姓对银行资金安全性高度信赖和依赖,形成了银行与居民之间广泛而深入的联系,这就为银行在资金融通上确立了其“主力军”的地位。

第二,能增进银行与客户之间的联系和交流。人的情感问题是一个永恒的话题。越来越多独具慧眼的厂家和商家看中这一点,在商品的情感和精神附加值上下功夫,以期提高经济效益。金融产品的推广同样存在这一问题。走出高高的柜台、与客户直接面对面交流的“个人理财”业务,让原本冷冰冰的不带任何感情色彩的金融产品唤起了人们封存心底的对于精神生活的需求,传递人与人之间点点滴滴的真情实意,因而很快引起了百姓的情感“共鸣”。在工行西湖支行,临柜的同志告诉记者,甚至有客户把不便告诉家人的“隐私”向他们诉说。

第三,能促进相关业务的开展。由于“个人理财”是利用现有的一线储蓄网点来拓展业务,它的推出,有助于树立银行的崭新形象,从而稳定老客户、吸收新客户,在储蓄存款的稳存、引存方面起到促进作用。如西湖支行推出“个人理财”业务后,仅1999年1月至3月就新增存款1.38亿元,比上年同期多增9360万元。

第四,能提高员工素质,锻炼队伍。长期以来,不少人认为在银行里,储蓄岗位员工的业务素质普遍偏低,一些人甚至瞧不起储蓄员的“收收付付”。而近年来,随着金融形势的发展,储蓄所的业务已不仅仅局限于传统的储蓄业务。多元化的市场需要复合型的人才,因此,一线工作的业务范围已经从储蓄延伸到保险、外汇、股票等多种范畴。各网点被挑选出来担纲“个人理财”专柜的人员更是责任重大,需要时时“充电”,从储蓄基础常识、到各种经济信息、信贷知识、股票基金、外汇

买卖等多方面经济金融知识都需要有广泛的了解。从这个意义上说,“个人理财”的推出,确实会极大地推进职工队伍素质的提高,形成一个努力钻研业务知识的良好氛围。

从百姓个人来说,介入“个人理财”主要会有以下受益:

首先,可以提高个人资金的投资效益。在对金融市场和金融工具不甚了解的前提下,怎样在金融政策允许的空间,获得个人资金的最大收益。如连续6次降息后,如何设计储蓄的最大本息方案?可以在咨询银行有关专业人员后,再选择一个适合自己的最佳组合。

其次,可以减少投资的盲目性,降低个人投资风险。由银行“个人理财”专门人员对客户提供的理财建议,使客户更加全面地权衡收益与风险之间的对立统一关系,调整自己闲散资金的投资结构,防止“盲目跟风”,降低投资风险。

第三,与银行建立起新型的关系和情感纽带。在个人经济活动的随机性日趋增加的今天,不少有识之士已经清醒地看到,生活中缺少不了各种顾问,如法律顾问、理财顾问等。正所谓“一个好汉三个帮”。借助银行“个人理财”业务的定向专业服务,把自己的投资方案“优胜劣汰”,显然是明智之举。

“个人理财”正日渐成为银行业新一轮竞争的热点,已是不争的事实。究竟谁能笑到最后,成为“个人理财”的最终受益者,我们在拭目以待。

(原载于1999年4月27日《金融时报》)

## 银行代收付 服务你我他

·魏雅婷

### 代发工资引来“百花齐放”

追溯我国银行开办代收代付业务的历史,应始自 50 年代。当时主要是位于城市的一些银行的分支机构代收居民的水费、电费、房租等。由于受人们生活水平的限制,当年这项业务品种较少、业务量不大,代办金额也较低。

代收代付业务在我国真正起步是在 80 年代中期,其重要标志就是“代发工资”业务在全国范围内的全面展开。

企事业单位发放工资,几十年来一直是由其财务人员与银行职工共同承担完成,每月都要为此消耗大量的人力、物力。1985 年,在国家领导人的高度重视和支持下,我国开始推行由银行为企事业单位代发职工工资。鉴于中国工商银行与广大工商企业特殊的历史渊源及传统的业务优势,因此当时由该行肩负起推广这一新生事物的使命。

工资发放形式的这场变革,一改传统繁杂低效的工作方式,既解放了大量的劳动力,又减少了社会上的现金流量,其最直接的受益者还是无数企事业单位的职工。经过一段时间的尝试,人们不仅渐渐接受并习惯了这种“发钱”的方式,而且还发现其中不无益处:钱可以随用随取,暂时不取银行还给计付利息,尤其是一些离退休的老年人更是从中受益匪浅。

十几年过去了,代发工资如今已是各家商业银行稳定客户、服务社会的一项基本业务,同时也已成为银行代收代付业

务中的拳头产品。据统计,开办代发工资业务时间最长、业务量最大的中国工商银行,仅1997年一年即为全国25万家各类单位的4669万人代发了工资,年内累计代发工资额2709亿元,占该行工资性支出的39.32%,该行年末代发工资账户沉淀余额达575亿元。

中国工商银行代发工资业务的成功尝试,吸引了来自国内其他银行羡慕的目光:原来银行开办代理收付费这类业务,无需动用自己的资金,只要依托自身的特殊功能和优势,接受单位或个人的委托,代为办理委托人指定款项的收付,并收取一定的劳务费或手续费即可。如此既有收益、又无风险,还能宣传自己的服务性业务,何乐而不为呢?于是全国各地由银行开办的各种代收代付业务如雨后春笋般纷纷涌现出来。

纵观近年来国内银行开办代收代付业务的情况,主要体现在以下特点:

一是涉及内容越来越广,但更多的还是努力贴近百姓生活。无论是吃、穿、住、行哪个方面,大到买房买车付款,小到用水用电交费,只要老百姓有了新的需求,银行马上就会开发出相应的代收代付业务,为其“代”解后顾之忧。

二是包容项目越来越多,但更多的还是追踪社会经济热点。前几年,我国电信业发展迅猛,电话、寻呼机、移动电话快速普及。银行适时推出各类电信业务代理收费,广受社会欢迎。而近几年的房地产热、汽车热、保险热、炒股热,又无不在银行的代收代付业务中得到充分体现。

三是代收、代付业务同步发展,但代收费用项目明显多于代付费项目。这其中当然不否认银行是为了更多地吸收存款、创造效益,但从另一个侧面也反映出一种可喜的现象:那就是随着收入水平的大幅度提高,如今人们的消费结构正悄然发生着变化,人们已有能力和实力去承担各项支出以提高自己

的生活质量,而且日趋繁荣的社会生活也创造着良好的环境,让人们可以尽情地享受这丰富多彩的生活。

### 中国工商银行带来“百家争鸣”

“截至1998年年底,全行中间业务量占储蓄总业务量的比重达18%。1998年年内累计代发工资2709亿元,代理公用事业收费544亿元,各种代理业务已发展到几个大类100多个品种……”这份在国内商业银行中占有明显优势的统计资料,毫无疑问是来自于中国工商银行。

回顾我国银行开办代收代付业务的历史,90年代以前可谓是中国工商银行一枝独秀。80年代中期,凭借着资历深、信誉好、网点多等得天独厚的优势,中国工商银行克服重重阻力,在全国成功推行了代发工资业务;80年代末,当其他银行刚刚涉足代理业务领域,且尚处于摸索阶段时,中国工商银行又率先推出了一系列代收代付业务新品种,在全行业中起到了积极的带动作用。我国银行的代收代付业务能在短短几年间迅速发展起来,作为先行者,中国工商银行的确功不可没。

然而进入90年代,我国城乡居民的金融意识明显增强,促使各家银行在固守传统业务的基础上,纷纷围绕拓宽服务领域、创新业务品种等方面大做文章。竞争中,与其他一些业务一样,中国工商银行在代收代付业务方面保持多年的绝对优势也渐渐被打破,日渐成熟、屡有创新的各家银行迫使这一市场开始进行重新划分。

代收代付业务为何会如此抢手呢?

最直接的原因自然是它对银行传统业务的有力促进。开办代收代付业务,一方面可以减少银行的现金投放,另一方面则可以吸收大量的活期存款,使存款结构中活期存款比例上升,从而增加银行的低成本资金来源。