



商业银行

中间业务产品定价研究

Pricing for Intermediary Products of Commercial Banks

■ 郭田勇等 著

 中国金融出版社





商业银行 中间业务产品定价研究

Pricing for Intermediary Products of Commercial Banks

■ 张明、曹军 著

中国金融出版社



商业银行中间业务 产品定价研究

郭田勇等 著



中国金融出版社

责任编辑：褚蓬瑜

责任校对：张志文

责任印制：毛春明

图书在版编目 (CIP) 数据

商业银行中间业务产品定价研究 (Shangye Yinhang Zhongjian Yewu Chanpin Dingjia Yanjiu) / 郭田勇等著. — 北京: 中国金融出版社, 2010. 11

ISBN 978 - 7 - 5049 - 5637 - 8

I. ①商… II. ①郭… III. ①商业银行—银行业务—价格—研究 IV. ①F830.4

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 169019 号

出版
发行 **中国金融出版社**

社址 北京市丰台区益泽路 2 号

市场开发部 (010)63266347, 63805472, 63439533 (传真)

网上书店 <http://www.chinafph.com>

(010)63286832, 63365686 (传真)

读者服务部 (010)66070833, 62568380

邮编 100071

经销 新华书店

印刷 北京松源印刷有限公司

尺寸 140 毫米 × 210 毫米

印张 7.25

字数 126 千

版次 2010 年 11 月第 1 版

印次 2010 年 11 月第 1 次印刷

定价 25.00 元

ISBN 978 - 7 - 5049 - 5637 - 8/F. 5197

如出现印装错误本社负责调换 联系电话(010)63263947

自序

中间业务是近些年来发达国家商业银行业务发展的亮点。随着竞争的加剧，金融创新异军突起，各类新型的金融产品和金融工具层出不穷，西方商业银行逐渐摆脱传统银行经营模式，不再以存贷款和利息收入为主要经营内容，而是进军中间业务领域，开创了银行业务多元化和服务功能全面化的新局面。经过二十多年的发展，西方银行中间业务的规模迅猛增加，业务种类涉及信托、投资银行、基金、咨询等众多方面，中间业务收入大幅提高，成为银行利润的重要来源。2009年，花旗银行和摩根大通银行的中间业务收入分别达到80%和83%，英国汇丰银行和巴克莱银行也都达到了70%以上。近期，《巴塞尔协议Ⅲ》的出台，对系统性风险防范及银行资本均提出了更高的要求，如何在资本占用与盈利之间找到最佳平衡点对银行业发展尤为重要。因此展望未来，高附加值的中间业务及非利息收入的增长趋势仍将进一步加强。

反观我国的商业银行，其业务发展还远远没有摆脱传统的盈利模式，存贷款业务依然占据银行大半江山，中间业务发展与西方商业银行相去甚远。中间业务不仅

规模小，经营品种少之又少，而且服务手段落后，收入水平低下，与发达国家形成鲜明反差。可以说，中国商业银行的中间业务发展尚处于起步阶段。

不久前，笔者在山东诸城参观白垩纪恐龙化石，不由联想到了我国银行业的发展。白垩纪时代的地球，气候湿润、四季恒温，于是，恐龙成了地球的主宰；后来，小行星撞击地球，导致环境变化、温差变大，恐龙由于无法适应新环境走向灭绝，而鳄鱼及一些鸟类由于能够适应则存活下来；当然，之后又有了最能适应新环境的万物之灵——人类。类似地，在我国当前间接融资占主导地位的格局下，银行成了金融业的老大。但随着资本市场发展、利率市场化推进等因素的变化，银行过于单一的盈利模式或将风光不再，银行必须未雨绸缪、主动适应、积极转型。否则，恐怕难逃恐龙厄运。因此，展望未来，大力拓展中间业务对中国银行业的发展显得既为重要又为迫切。

首先，发展中间业务是提高商业银行盈利能力的需要。目前我国商业银行的主要盈利点仍然是存贷利差收入，四大国有商业银行目前的利息收入占比高达 80%。中间业务只能作为一项副业，为招揽存款和提高市场份额服务，收入占利润比例不到 15%。商业银行的利润来源结构单一，容易受到经济环境波动影响。一旦经济增速下滑，对银行信贷的需求减弱，银行的盈利能力就受

到巨大冲击。而中间业务收入主要来源于业务手续费等，不以信贷形式获得，受经济波动的影响相对较小。因此，发展中间业务可以突破传统业务收入模式，优化利润来源结构，成为银行提高盈利能力的重要手段。

其次，发展中间业务是商业银行解决资本约束问题的需要。我国银行目前经营以存贷款为主，吸收存款、发放贷款，进行再融资以贷款……形成一种滚雪球式的恶性循环经营模式，银行逐渐变成一头头“大象”，资本金不足渐成其经营短板。各大银行不得不一而再、再而三地通过增发、配股等方式补充资本金，给资本市场的压力日益加大，也引起市场各方的不少诘责，再加上后危机时代监管部门基于宏观审慎的要求，对银行资本金门槛不断抬高，资本金缺乏已成为困扰银行发展的一大难题。与存贷业务相比，中间业务几乎很少占用资本，风险相对较小，盈利较高，无疑将有利于银行的经济资本核算，提高其资本充足率。

再次，发展中间业务是商业银行应对利率市场化改革的需要。在当前国内利率仍被管制的情况下，存贷款利差较大为商业银行带来巨大的利润空间。由于利润来源单一，利率微小的波动就能使银行利润产生较大变动。随着利率市场化改革的深入，利率弹性大大提高，未来利差将不断收窄，而且客户对利率的敏感性也将随之加强，依靠传统存贷款业务获取利润的空间将大幅收缩，

这将迫使银行开发和创新非利差型的中间业务，拓展利润范围，提高收益水平和盈利稳定性，从而适应利率市场化改革的发展。

最后，发展中间业务是商业银行增强核心竞争力、推进战略转型的需要。随着中国资本市场的逐步开放，外资银行在华业务范围也逐渐扩大，外资银行充分利用母公司在中间业务领域的技术、产品、服务、管理经验等方面的优势，大有挤占国内中间业务市场之势，而国内商业银行在中间业务领域的服务缺失势必会失去争夺市场份额的主动权。同时，股票、债券、基金以及保险等资本市场的发展引发社会资金分流，削弱了商业银行的存款基础，直接融资的崛起弱化了银行的间接融资功能，商业银行的传统存贷款业务受到严峻考验。因此，国内商业银行要开拓业务的广度和深度，大力发展中间业务，完善服务功能，提高核心竞争力，推进战略转型。

显然，近几年来，我国各商业银行已越来越深入地认识到中间业务的重要性及其未来广阔的发展前景，并开始从服务和产品等方面寻求创新，一方面，探索新的服务方式，倡导新的服务观念，拓宽服务领域，建立信息管理系统，改善服务环境；另一方面，推广新技术和新产品的开发应用，提高中间业务品种数量。

不过，“心急吃不了热豆腐”，不少银行由于中间业

务起步晚，起点低，又急于在短期内提高中间业务收入，于是采取增开收费项目、提高价格等手段，如跨行查询费、小额账户管理费、密码重置费、点钞费等，但这却引起了社会各界的广泛关注和颇多争议。特别是，2010年8月，多家银行在国内部分城市将ATM同城跨行取款手续费由每笔2元上调为4元，尽管只涨了2元钱，但却引起了很大的波澜，随后在社会各界展开了一场就中间业务收费问题的讨论。

既然银行提供了服务，那么就应该收取相应的费用，这本无可厚非。但为什么银行业仅2元的收费涨价会引发如此大的争议呢？我想，缺乏有效的定价机制是其中的一个重要原因。考察发达国家的商业银行，由于有一套成熟的定价机制，它们在推出一项新业务、新产品时，通常会通过定价机制甚至建立定价模型来给出市场价格。比如，它们会以投入成本、市场供求状况、客户分布状况等作为参数，之后再选取适当的定价方法（如撇脂定价法、渗透定价法等）建立模型，计算出产品价格。这样，由于定价机制透明合理，给出的价格自然也就具有说服力和可信性。而国内中间业务，由于缺乏一套有效的定价机制，银行服务价格的形成通常带有较强的主观性和随意性，我们经常看到的情况是，大银行根据经验甚至“拍脑袋”制定价格，小银行则盲目跟风、唯大银行马首是瞻。由于定价机制的混乱和缺失，公众对价格

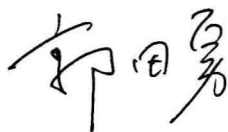
合理性的质疑也就不足为怪了。

可见，科学有效的定价机制是国内银行中间业务健康稳定发展的重要环节。只有在完善的价格形成机制和标准下，银行中间业务定价才能言之有理，行之有据。因此，中间业务发展，定价机制先行，这也是本书的初衷和出发点。

本书围绕商业银行中间业务定价机制展开研究，对比分析了中外商业银行中间业务的发展状况，依此中外差距，得出我国商业银行中间业务发展的短板在于没有好的定价机制的结论。接下来，梳理并总结了中间业务的各种定价策略及方式，并对中间业务定价过程中的风险的成因、识别与控制，以及如何对产品定价进行评估、银行应当配备怎样的支撑系统进行了详细的研究。其中，对每一个方面，均以代表性银行定价为例，进而分析得出对我国商业银行中间业务产品定价的启示。最后，选取保理和信托代理两个具体业务的案例，深入研究保理业务的运行机制和定价模型，分析利率分担机制对代理业务收费的影响。

本部著作也是中央财经大学中国银行业研究中心集体力量的结晶，李宪铎副教授、黄昌利副教授、史英哲博士与我一起参加了本书的写作，付出了大量辛勤的工作。崔继培、刘晓帆、孔腾飞、王琳琳、胡旭旭、朱伟凡、王献荣、杨韶楠、张帅、崔娇等同志从不同方面为

本书的最终成稿提供了帮助，中国金融出版社褚蓬瑜编辑为本书的付梓提出了很多改进建议，在此一并表示深深的感谢。



二〇一〇年十一月

目 录

引言	1
1 中间业务是我国商业银行战略转型的方向	7
1.1 国内外商业银行中间业务发展现状	9
1.1.1 国外商业银行中间业务发展概况	9
1.1.2 我国商业银行中间业务发展概况	15
1.1.3 我国商业银行中间业务的收费概况	20
1.2 开展中间业务的必要性、迫切性和中间业务的发展趋势	23
1.2.1 发展中间业务的必要性、迫切性	23
1.2.2 中间业务发展趋势分析	28
1.3 我国商业银行中间业务存在的主要问题及对策	31
1.3.1 我国商业银行中间业务存在的主要问题	32
1.3.2 对策分析	38
1.4 中间业务产品定价问题的提出	42
2 中间业务产品定价策略与机制	45
2.1 商业银行中间业务产品定价策略与定价机制	

举例简介	47
2.1.1 德意志银行中间业务定价策略	47
2.1.2 德意志银行中间业务定价机制	48
2.1.3 星展银行的定价机制	54
2.2 中间业务产品定价的三种类型	55
2.3 中间业务定价战略、策略、目标、影响 因素	59
2.3.1 定价战略	59
2.3.2 定价策略	59
2.3.3 定价目标	62
2.3.4 内外部因素	66
2.4 中间业务产品定价机制的主要内容	71
2.4.1 定价方法和定价基准形成机制	73
2.4.2 合同价格确定流程	74
2.5 定价机构的职责分工	78
2.6 对我国商业银行中间业务产品定价的启示： 优化中间业务产品定价机制	82
3 中间业务产品的定价方法	85
3.1 成本导向定价法	87
3.1.1 成本加成定价法	88
3.1.2 目标收益定价法	89
3.1.3 边际成本定价法	89
3.1.4 盈亏平衡定价法	90

3.1.5 中间业务产品成本归集方法	92
3.2 竞争导向定价法	96
3.2.1 现行费率定价法	96
3.2.2 竞争定价法	97
3.3 需求导向定价法	99
3.3.1 差异化定价法	100
3.3.2 理解价值定价法	106
3.4 金融工程定价法	107
3.5 关系定价法	110
3.6 习惯定价法	113
3.7 综合定价法	113
3.8 合同价格的确定	115
3.9 适用的定价方法总结	117
3.10 定价案例	119
3.10.1 澳大利亚联邦银行中间业务产品 定价	119
3.10.2 香港国际银团贷款定价	120
3.10.3 恒丰银行银团贷款定价	121
3.10.4 招商银行专项财务顾问定价	122
3.11 对我国商业银行中间业务产品定价的启示： 选取适当的定价策略与定价方法	123
4 中间业务产品定价的风险管理	129
4.1 识别风险	131

4.1.1	中间业务产品定价风险的成因	131
4.1.2	定价风险的类型	133
4.2	测量与中间业务产品定价相关的风险	133
4.2.1	测算相关中间业务产品的经济价值	133
4.2.2	测算中间业务产品定价与其经济价值的 偏离程度以及造成的影响	134
4.3	管理与中间业务产品定价相关的风险	135
4.3.1	建立定价风险防范机制	135
4.3.2	确立各类中间业务层级监控重点	136
4.3.3	建立信息反馈系统	137
5	中间业务产品的定价评估	139
5.1	定价评估机构	141
5.2	定价评估流程	143
5.3	定价评估方法	144
5.4	定价方法的合理性评估	150
5.5	对我国商业银行中间业务产品定价的启示： 注重风险管理和定价评估	152
6	中间业务产品定价的支撑系统	153
6.1	前、中、后台业务职责及相互联系	155
6.2	合理配备人力资源	158
6.3	完善信息技术系统支撑	160
6.4	对我国商业银行中间业务产品定价的启示：	

强化定价支撑系统	163
7 中间业务产品定价模型：以保理业务为例	165
7.1 客户需求定价模型	167
7.1.1 客户需求定价方法的适用范围	167
7.1.2 定价理论基础	168
7.1.3 定价方法	169
7.2 金融工程定价模型	172
8 保理业务的流程和机制	181
8.1 保理业务在前台的流程及机制	183
8.1.1 信息的收集	183
8.1.2 与中、后台的信息沟通	185
8.1.3 营销策略	185
8.2 保理业务在中台的流程及机制	188
8.2.1 中台与前、后台的沟通机制	188
8.2.2 保理业务相关信息分析	190
8.2.3 保理业务相关风险提示	191
8.2.4 产品的设计与定价	192
8.2.5 业务规章、政策制定	192
8.2.6 流程设计	196
8.3 保理业务在后台的流程及机制	198
8.3.1 保理业务后台操作	198
8.3.2 保理业务后台与前台、中台的联系	200

9 基于利率分担机制的信托资产业务定价模型	203
9.1 信托资产业务案例介绍	205
9.2 对固定管理费率 e 的分析	206
9.3 $\Gamma \times \eta$ 的分析	208
9.3.1 对 Γ 的分析	208
9.3.2 对 η 的分析	209
参考文献	211