

Financial Planning

吴仲华 编著

理财学入门

(修订本)



立信会计出版社

上海市岗位资格证书“现代理财”(系列)
(上海市紧缺人才联合培训工程办公室)
开发机构兼主办方:上海恒益理财培训中心
指 定 教 学 用 书

上海市任职资格证书“金融理财师”
(上海市金融服务办公室·上海市人市局)
定点培训机构:上海恒益理财培训中心
指 定 参 考 用 书

理财学入门

FINANCIAL PLANNING

(修订本)

吴仲华 编著

立信会计出版社

图书在版编目(CIP)数据

理财学入门/吴仲华编著. —2版(修订本). —上海:
立信会计出版社, 2006. 5
(恒益理财丛书)
ISBN 7-5429-1196-1

I. 理… II. 吴… III. 私人投资 IV. F830.59

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2006)第 050352 号

出版发行	立信会计出版社
经 销	各地新华书店
电 话	(021)64388409 (021)64391885(传真) (021)64695050
网上书店	www.Lixinbook.com (021)64388132
地 址	上海市中山西路 2230 号
邮 编	200235
网 址	www.lixinaph.com
E-mail	lxaph@sh163.net
E-mail	lxzbs@sh163.net (总编室)

印 刷	立信会计常熟市印刷联营厂
开 本	890×1240 毫米 1/32
印 张	7.25
插 页	3
字 数	147 千字
版 次	2006 年 5 月第 2 版
印 次	2006 年 5 月第 2 次
印 数	3 000
书 号	ISBN 7-5429-1196-1/F·1097
定 价	16.00 元

如有印订差错 请与本社联系



作者吴仲华先生与日本理财协会理事长
日本千叶商科大学校长加藤宽先生的合影
(该大学拥有亚洲唯一的理财专业研究生院MBA in FID)

作者简介

吴仲华先生早年曾在国内做过10年大学教师,企业财务总监,海外各种产品的国内总代理等,精通营销学和会计学。随后在日本留学和工作15年,专心致力于国际上最新理财理论和理财实务的研究和实践,并于1999年开始在上海率先开设理财讲座,是国内系统传授西方理财学专业课程的第一人。由其倡导并担任主讲的《大概念理财》系统培训连办18期,为金融行业先期培养了数千名理财专业人员。随后,作为上海市理财岗位资格证书(上海市紧缺人才联合办公室,由中共上海市委组织部、市人事局、市教育委员会、市成人教育委员会组成)的开发机构兼独家主办方,向上海和长江三角洲地区推出了“理财上岗证”(现代理财系列),并已举行了数次统一考试。最近,又在上海市金融服务办公室和市人事局职业技能考试院联合的“金融理财师”项目中作为培训参与方和教材主编方之一。除理财专业培训以外,他还着力于国外先进理财技术的引进和嫁接工作,使之中国化和本土化,并率先帮助国内专业金融机构(如交通银行上海分行)的理财中心引进国外先进的理财系统。他潜心编著理财学丛书,发表了大量的理财专题论文,在国内组团首次赴国外参加国际理财博览会,并在此基础上提议举办中国(上海)首届理财博览会,帮助上海市金融服务办公室等为参加上海首届理财知识大奖赛的26家沪上专业金融机构的参赛选手进行特别的辅导和提供决赛试题,现仍奔波于中、日两地,担任两国几所大学的教授和研究员,并兼任多家金融机构理财中心的理财顾问或名誉理财师,其为缩短中外理财差距和促进理财界的国际交往所做的大量工作,曾由国内的主流媒体做过多次介绍和报道。

前 言

理财的概念及其职业最近几十年在美国、日本、英国、德国等金融大国以很快的速度得到普及。其原因有三：1. 国民收入的提高使个人拥有金融资产的需要剧增；2. 金融业竞争的激烈及规制的放宽；3. 快速迈向老年社会的现实使人们重视退休后几十年生活的预先设计。

在个人金融资产迅速扩大的同时，由于可供选择的金融商品的种类越来越多，以及税制的复杂性及节税和投资方法的多样性，使人们越来越需要理财专家的帮助。而金融机构，不管是银行、证券还是保险、信托，其从业人员有没有理财的知识、经验及服务能力已经成为竞争胜败的关键所在，否则不可能获得客户的信赖，也就失去了发展的基础。所以国外的金融机构才会如此重视对从业人员的理财培训。例如：日本所有的金融机构都要求接待客户的营业部门，必须全员进行理财培训，而资产管理部的员工则要求他们在限期内获得相应的理财资格。所以日本每年踊跃报名参加理财资格考试的人员在 10 万人以上。

相比之下，中国目前在理财专业教育和培训领域尚是空白。虽近两年不少银行开始设立理财服务窗口，但那是小概念理财，至多充当传统的管财人的角色，与上文介绍的国外的

大概念理财尚有不少的差距。

现代大概念理财,至少应包括十门核心课程,即:1. 理财学入门;2. 金融资产理财学;3. 不动产理财学;4. 人生设计理财学;5. 黄金岁月(即退休后)资产安排及老年理财学;6. 保险和风险均衡的理财学;7. 节税理财学;8. 个人财产继承理财学和公司业主财产继承理财学;9. 家庭理财学(生活收支管理和防卫术);10. 理财师的职业观及其伦理道德。这十门课程是纵横交叉互为关联的,理财是一门综合性的知识,国外称理财师为客户在财政(产)上的家庭医生,其实不无道理,要帮助客户做人生理财规划,自己必须首先拥有上述知识,而且在金融商品、股票、保险、不动产、税金、养老金、贷款等金融和相关的经济知识方面达到精通和融金贯通的程度。

中国已经加入 WTO,面对大量涌入中国市场的国外金融机构,其从业人员都拥有大概念理财的素质,而目前中国没有高质量、高层次的理财人员,将来会处于十分被动的竞争地位。上海要成为国际金融中心,光靠建设现代化金融大厦是不够的,还必须拥有高素质的金融人才去配套才行。大概念理财这门新知识的普及,对于金融界从业人员的智力再开发及全行业金融服务水平质量的提高具有很重要的意义。

吴仲华于上海

2003 年 8 月

目 录

第一部分 理财学概说

第一章 绪论	3
第一节 国内理财业的现状	3
第二节 发展理财业的重要意义	8
第三节 理财业发展前景的展望	11
思考题	14
第二章 理财学概述	15
第一节 理财的定义	15
第二节 发展理财业的必要性	19
第三节 理财的效果	23
第四节 理财的发展历史及现状	25
思考题	31
第三章 人生理财设计基础	32
第一节 人生理财设计	32
第二节 人生理财设计的准备工作	34
第三节 现金流量表的制作	41
第四节 现金流量表的分析	44

思考题	45
第四章 理财策划的基本步骤	46
第一节 顾客目标的明确化和数值化	47
第二节 顾客信息的收集	50
第三节 顾客信息的分析	54
第四节 理财策划报告书的制作	57
第五节 理财策划报告书的援助实施	61
第六节 理财策划报告书的定期优化	64
思考题	65
第五章 理财师的基本条件	66
第一节 理财师的人品要求	66
第二节 理财师必备的知识体系	68
第三节 理财师伦理道德规范	86
思考题	98
第六章 理财师与理财业务	99
第一节 理财师的分类	99
第二节 理财师服务的收费问题	100
第三节 理财师如何与顾客沟通	103
第四节 国外理财师如何拓展业务范围	105
思考题	108

第二部分 理财专业文稿(含已发表文章)

一、入世后将出现中国的专业理财师	111
二、理财就是做未来的会计	114
三、怎样选择专业理财师	119
四、不动产投资风险与理财	122
五、夫妻共商家庭理财	130
六、日本的金融大改革	132
七、中国不动产急需理财	138
八、个人理财“黄金时代”的到来	140

第三部分 国际理财行业的新动向

一、日本经济大改革与理财师的未来	
——日本理财协会加藤宽理事长在年会上的基调 讲演	149
二、日本理财协会的创立宗旨和活动简介	154
三、日本理财学会的创立宗旨和章程简介	159
四、保险推销员和理财	
——日本理财协会牧野会长和日本生命保险推销员 协会间野会长的对话	166
五、理财策划超越国境适用全球	
——日本理财协会理事长与美国理财协会理事长的 对话	172

六、理财就是为人生做计划

——日本理财协会理财服务中心 CEO 田中和男 ... 182

七、商业银行如何构建与国际接轨的高水准的理财

中心 190

八、金融机构理财中心的自我业务检评体系 193

九、金融理财师咨询过程中的要点及自我检测 196

十、锤炼沟通的感性:怎样构筑信赖关系

——金融理财师的待客之道 199

附录 202

后记 226

第一部分

理财学概说

第一章 绪 论

第一节 国内理财业的现状

一、社会发展呼唤理财

伟大的中华民族拥有几千年的历史和文化,造就了中华儿女勤俭节约的传统美德。中国有句俗话“一分钱要掰成两半花”,可想而知对钱使用的谨慎态度达到了何等精到的程度。很多人对钱的使用都是力争做到精打细算、分毫斟酌,特别是上海人更以绝对的“精明”而闻名全国。实际上,此处的“精明”与善于理财有一定的联系。

但是,生活是否充实富足,并不仅仅取决于节约的程度。可以说,中国人在家庭开支安排方面远远强于西方国家,但是在个人财产的对外投资理财方面,却又远远地落在西方洋人的后面,究其原因,是个人家庭理财观念的滞后。大多数中国人仍以较为保守的银行储蓄作为个人财产保值、增值的主要途径和手段,墨守成规、裹足不前,认为只有把钱放在银行才是最安全的,只要银行有钱,感觉心里就踏实。而往往事与愿违,不但平时生活的质量不高,即使到了晚年,依然是清清苦苦。尤其是当家庭遇到突发事件时,由于平时没有保险理财意识,单单依靠个人的力量去应对,结果可想而知。简言之,

幸福生活不是靠节约出来的,而是靠个人正确地去理财。

时代是在飞速地向前发展,人类已经迈进了崭新的 21 世纪,这是一个全新的时代,观念的陈旧及个人理财方式的落后,将导致个人财富的贫乏与生活水平的降低。因此,我们首先应当做的是,树立正确的个人理财观念,增强个人理财意识及个人风险防范意识,提高人们的理财技能。在勤俭持家的基础上,将家庭的突发性风险降低到最小,通过合理的方式去获取更多的财富。

目前,国内各大银行、证券公司、保险公司等都推出了各自的个人理财服务模式和理财服务体系,呈现出百舸争流之势。但仔细研究后发现,由于我国金融体制长期处于分业经营,所以,在服务上各有所长、各有偏重、参差不齐,更多的还是倾向于推销自己的金融商品。比如说,各大银行偏重于个人财务的划转、结算、信贷、抵押按揭,证券公司偏重于个人理财的投资咨询、委托理财,保险公司偏重于向顾客推销保险产品等等。而且,有些机构提供理财服务还需要顾客满足一定的条件,如起点金额等,服务收费标准也比较高,不能为普通百姓所接受。因此,很难找到一家服务全面、收费低廉、而向普通平民百姓的个人理财机构。把各个机构的特点有机地结合起来,建立一种服务到位、面向广大普通百姓的、专业从事个人理财服务的机构,这是今后发展的方向。这种机构的产生是普通百姓的需要,也是社会发展的必然。

二、理财收费尚无标准

目前,国内各大金融机构虽然已经开设了个人理财窗口,但还没有一套健全的收费体系。就拿银行的个人理财服务来

说,各大银行虽然在抓紧时机,不断推出新的金融商品,然而个人理财业务却依然有些不尽如人意。提到银行个人理财业务,不少人会问起费用问题,因为毕竟银行不会无偿服务。当前的状况是,对于个人金融服务收费,尚无明确规定。各家银行现行的通行收费标准是,以前有具体标准的(如外汇买卖过程中的手续费等),依照标准收费;没有具体标准的则暂不收费。目前,大部分个人金融服务还只是将个人理财服务作为锁定客户群,尤其是要稳定那些优质客户的一种手段,而并非以赢利为主要目的的经营手段。业内人士称,眼下虽然对许多中间业务不收费,赢利上会有一定的损失,但是稳住客户对其他关联业务会有很大促进。随着理财服务的不断完善,金融机构必将考虑如何健全收费系统,让机构与个人都得利。

据悉,有关部门正在研究制定金融机构开展中间业务的制度、规范,其中统一收费标准就是一个焦点问题。如何合理收费,体现公平竞争依然悬而未决,各大商业银行会不会在收费上展开厮杀,大打价格战,老百姓能否从中得到实惠,也让人心存疑虑。但是,人们希望能够得到高质量的个人理财服务是一个不争的事实。据对北京、上海、天津、广州四大城市800人的调查发现,46%的被调查者希望既熟悉银行业务,又精通证券、保险等金融业务的专家为自己做理财方面的服务,他们认为这样可以使个人理财更有保证。有专家指出,当前居民大众投资尚处于起步阶段,由于个人金融知识、技术手段的缺乏,往往会造成盲目投资和无谓的风险,个人金融顾问业还有待进一步发展。市场需要的是一大批全面掌握银行业务,同时又具备各种投资市场知识,懂得营销技巧,又要通晓

客户心理的高素质银行理财人才。

三、市场需要差别服务

目前个别银行已经推出个人理财厅,用户可以在银行专业人员帮助下,借助理财厅提供的技术平台,按照自身需要进行理财。但据了解,目前银行为客户量身定制服务还仅仅是针对少数存款大户和优质客户,大部分客户仍然要通过柜员,以柜台服务形式为主,以电话银行、手机银行等为辅助手段完成交易。尽管各商业银行均不失时机地推出花样翻新的银行产品,开办各类个人金融业务,然而一经推敲就会发觉,各家银行在产品种类、结构和服务功能上往往大同小异,有些甚至完全趋同。只要有一家银行稍有创新,其他各家银行就会马上跟着仿效。

上述情况反映了一个现实,目前国内金融产品的种类已较为丰富,内容也大致相同,要想继续有所创新,空间将会很小。目前的出路只能是在产品质量上下功夫,未来发展方向还是需要提供差别服务,如便利的服务手段、优惠的收费标准等。

据业内人士介绍说,实行差别服务有两个前提,这就是准确的客户资料信息和个人信用体系的建立。由于我国实名制刚刚实行一年多,一个客户还可能同时有多个账户,客户资料不准确使银行无法将客户按资产数目多少分成不同类型,所以目前银行只能为那些经常与银行有往来、提出服务要求的客户建立档案,提供差别服务。

个人金融服务是一个蕴含巨大机遇和广阔前景的市场,有人曾预言:一旦我国加入 WTO,外国银行涉足中国个人金融业务,首先就是涉足个人理财业务领域。目前,个人理财正

日益受到各商业银行的重视,如果说目前各家银行竞争激烈,开展业务已是不易,那么将来迎接外来挑战,获取生存空间将会更艰难。

四、我国理财专业人才紧缺

当前,我国银行的个人理财业务所占收入比例,最好的也只在10%以内,这是因为我国金融体制决定了银行提供的服务本身还有很大的局限性。长期以来,我国金融业实行分业经营,银行不能介入证券、保险市场,各金融品种之间相互独立,目前银行个人理财业务所提供的投资品种有限,很难进行其他金融投资业务。

另外,长期的分业经营还使各行业普遍缺乏优秀的理财员。一个优秀的理财员除了要熟悉银行业务,还必须熟悉证券交易、保险业务、分业经营,银行专才易寻,通才难觅。即使有丰富的投资品种和优秀的理财员,银行还不得不花力气发展客户。目前,我国个人理财业务主要集中在经济发达的大城市,客户也多为高收入人士,他们中间大多数对个人理财业务知之不多,主动要求服务的少,被动接受的多,银行需要不断培育他们的金融意识,引导他们使用金融新品,增强他们对个人理财业务的兴趣与认同。

面临着这块诱人的潜在市场,以及外资同业的虎视眈眈,一些银行已开始行动起来,尝试着把个人理财业务这块蛋糕做大。上海工商银行为争取客户,对个人理财业务不设起点金额,免费为客户做理财方案的咨询和设计,提出“使客户满意,不轻易说不”的口号,尽量根据客户的需要,设计专门的服务;中国建设银行北京分行开通网上个人理财,尽管目前该网