

商业银行经营管理丛书

朱耀明/总编

商业银行产品定价

陆岷峰◎编著

Pricing the Products of Commercial Bank



中国人民大学出版社

商业银行经营管理丛书

朱耀明 / 总编

商业银行产品定价

陆岷峰◎编著

Pricing the Products of Commercial Bank



 中国人民大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

商业银行产品定价/陆岷峰编著.

北京: 中国人民大学出版社, 2005

(商业银行经营管理丛书/朱耀明总编)

ISBN 7-300-06841-3

I. 商…

II. 陆…

III. 商业银行-银行业务-价格-研究

IV. F830.4

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2005) 第 105769 号

商业银行经营管理丛书

朱耀明 总编

商业银行产品定价

陆岷峰 编著

出版发行 中国人民大学出版社

社 址 北京中关村大街 31 号

邮政编码 100080

电 话 010-62511242 (总编室)

010-62511239 (出版部)

010-82501766 (邮购部)

010-62514148 (门市部)

010-62515195 (发行公司)

010-62515275 (盗版举报)

网 址 <http://www.crup.com.cn>

<http://www.ttrnet.com>(人大教研网)

经 销 新华书店

印 刷 河北涿州星河印刷有限公司

开 本 787×1092 毫米 1/16

版 次 2005 年 9 月第 1 版

印 张 16 插页 3

印 次 2005 年 9 月第 1 次印刷

字 数 231 000

定 价 28.00 元

版权所有 侵权必究 印装差错 负责调换



总 序

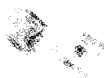
进一步推进中国银行业的改革与发展，要做的事情很多。但我们认为其中有两件事最为重要：

(1) 加快中小银行的发展，改善中国银行业的市场结构。按照“结构—行为—绩效”的产业组织理论模式，即 SCP 分析框架，一个行业的绩效决定于企业的行为，而企业的行为又决定于行业的市场结构。中国银行业，特别是国有商业银行，长期处于低效率的运行中，其原因就在于我国银行业市场结构所具有的那种高度垄断的特征。垄断破坏了市场的竞争机制；垄断助长了许多不规范的经营行为；垄断也决定了国有商业银行的规模不经济和“X 非效率”的出现。一句话，正是这种垄断，降低了银行业整体的竞争力，并使银行体系因风险积累过多而变得非常脆弱。如果不是政府对国有商业银行提供隐性的国家担保，中国银行业可能早就卷入了恐慌或危机的风波之中。设立与发展一大批中小银行，对打破国有商业银行垄断，有效改善市场结构，将起到关键性的作用。这是因为，发展中小银行，较大幅度地增加商业银行的数量，有利于引入新的、数量足够多的竞争主体，塑造一种新的竞争机制；发展中小银行，有利于形成大、中、小并存的银行规模结构。大、中、小银行并存，能较好适应我国经济结构的变化，满足多层次、多样化的金融需求；发展中小银行，有利于发挥中小银行所特有的一些优势，诸如低交易成本优势、市场效率优势、经营灵活和适应性强的优势等。此外，鉴于新设立的或通过改制而建立的中小银

行，一般都是民营银行，使发展中小银行与发展民营银行，几乎变成了同一个问题。这就是说，发展中小银行，意味着找到了银行产权结构改革的一个突破口，为银行民营化开拓了巨大的空间。凡此种种，都表明若在政策上降低银行准入的条件，鼓励中小银行和民营银行的设立和发展，将会大大促进市场竞争和银行业市场效率的提高，大大提升我国商业银行的竞争能力和抗风险能力。

(2) 加大银行内部改革的力度，切实提高我国商业银行的经营管理水平。经过 20 多年的金融体制改革，特别是 1995 年《商业银行法》颁布以来，我国商业银行有了长足的发展，在促进国民经济的快速发展中发挥了重大作用。但是，由于改革滞后、经营粗放、管理不善等原因，我国商业银行离开“把银行真正办成商业银行”的要求，还有很大的距离。整个银行体系，包括四大国有商业银行和 130 多家中小银行在内，普遍存在着不良资产比例大、资本金严重不足、公司治理缺失、盈利能力差、经营效率低和潜在风险大等问题。这些问题，大体上反映了我国商业银行经营管理水平不高的现状，以及与国际商业银行相比存在的巨大差距。如果说，在政府主导下，剥离不良资产、财政注资、股改上市等，相对容易做到的话，那么，经营机制的转换、法人治理结构的完善、经营方式的转变、管理水平的提高等等，恐怕就不那么容易了。显而易见，银行内部改革、制度环境建设、经营管理规范化和高效化等问题的解决，要立足于打持久战，千万不要存有什么侥幸或幻想。近年来，管理当局一直鼓励国内商业银行引进战略投资者。此举作为一种重要的政策趋向，其本意不仅仅是“引资”，更重要的是“引智”，即通过引入战略投资者，引进国外商业银行经营管理的智慧，引进它们先进的技术与方法。西方商业银行，在其几百年特别是“二战”后 60 多年的经营管理实践中，显现并积累起来的智慧和经验，是人类文明的共同财富，也完全可以为我们所用。因此，通过各种方式和渠道，包括“请进来”（如引入战略投资者）、“走出去”，学习和借鉴国际大银行的做法与经验，对推进经营管理水平的提高和法人治理机制的建设及完善，其益莫大焉！问题是要结合中国的实际，认真地学，不断地学，并逐步形成自己的特色。

而上述两件事的解决，都绕不过人才的问题。因为无论是中小银行的设立与发展，还是经济管理水平的提高，最终都要通过人的努力，通过银行员工的工作来实现。随着中国金融改革的深化和加入世界贸易组织（WTO），信息技术对银行业的全面渗透与影响，以及金融创新和风险控制要求的提高，中国商业银行在人力资源管理方面，面临着前所未有的挑战，其中包括人才的引进，素质的提高，有效的员工激励机制，人力资源的配置，等等。从我国商业银行的现状看，高素质的人才，特别是懂经营、会管理，又熟悉银行业务的经营管理人才严重不足，已成为制约商业银行发展的“瓶颈”。有人预计，在未来的两三年里，中国新批准设立的中小银行，总数将达到 300 家~400 家（其中包括通过城市、农村信用社改制而成立的城市和农村商业银行、农村合作银行）。一家银行一般需要董事长或理事长一名，同时，需要一名行长、三名副行长。按照一家银行需要 5 名高管人员来计算，300 家银行就需要 1 500 名高管人员；400 家银行就需要 2 000 名高管人员。这意味着在未来的两三年时间里，将出现一二千个银行高级管理职位；我国商业银行对人才需求张开了“大口”。遗憾的是，中国银行业并没有为银行改革与发展做好人才的储备。特别是作为职业经理人的银行家，是眼下最稀缺的资源。有关部门规定，新设立的农村商业银行和农村合作银行，至少有一个副行长要向社会公开招聘，结果大失所望，合适的人选难以寻觅。商业银行的高管，通常是由市委组织部从人民银行或政府部门调配的，但许多年过去了，有一部分同志仍未适应银行工作的要求。“官员”和“银行家”毕竟是两种不同的角色，他们在知识结构、基本素质和对市场的感知等方面，都存在较大的差距。中国可能不缺官员，但奇缺银行家。怎么办呢？靠从国外引进不太现实，不仅有“水土不服”的问题，动辄几十万乃至上百万美元年薪的高昂成本，足以使许多银行“退避三舍”。“滥竽充数”，降格以求更不行。银行高管准入门槛较高，缺乏金融知识准备、不懂银行业务的领导，简直寸步难行。惟一可行的办法是，立足于国内，吸引社会上高素质的人才，包括经济学和金融学博士、工商管理硕士（MBA）等进入银行；同时，从银行中层干部和业务骨干中遴选和提拔一批人才，进入高级管理层。特事特



办，几管齐下，下大力气选拔和培养一大批领导和管理商业银行的人才，造就一大批银行家。

干部，重在教育与培养。对商业银行来说，无论是在职的各级领导，还是作为后备干部培养的业务骨干，无论是老的员工，还是新进入银行的员工，均需要进行理论知识、职业道德、银行业务、操作技能等方面的培训。国外著名商业银行的员工，每人每年有不少于两周的脱产培训的机会，人均培训费用 2 000 美元~3 000 美元不等。相比之下，我国商业银行尤其是中小银行在培训方面，观念滞后，投入普遍不足。除四大国有商业银行和 12 家股份制商业银行外，众多的中小银行一般都没有自己的培训机构。事实上，若银行规模较小，即使有专门的培训机构和人员，也是不经济的。应当指出，目前社会上专业的、且有一定水准的银行培训机构少之又少，致使我国商业银行培训服务的需求，远没有得到满足。所以，扶持专业的、市场化运作的银行培训机构，培育竞争有序的银行培训市场，其意义非同一般。

银行培训，可以有多种多样的形式，如在职培训或离职培训，分层次培训或分专业培训，在国内培训或到国外培训，内部培训或“外训”（参加社会上的培训班），如此等等，但不管具体形式如何，都应当有配套的培训教材。卓有成效的培养，除了仰仗优秀的师资外，还少不了高质量的培训教材和相关的辅助读物。对高质量的培训教材，一般的要求是：不但要诠释经济金融、货币银行的基础理论，更要引进理论与实际相结合并有应用价值的研究成果；不但要介绍商业经营管理方面的一般知识，更要充分反映商业经营管理方面的新进展和新经验；不但要学习和借鉴西方商业银行的成熟经验和做法，与国际银行业接轨，更要善于总结我国商业银行改革与发展的经验和问题。这些要求是编写商业银行经营管理教材应当遵循的一般原则。

展现在读者面前的这套《商业银行经营管理丛书》，正是为了适应商业银行培训的需求而组织编写的。它除了商业银行用作培训教材外，还可作为银行员工自学的读物和大专院校金融管理专业师生的辅助读物。为了编好这套丛书，一是要优化选题，即抓住我国商业银行经营管理中迫切需

要解决的现实问题、重大问题和热点问题展开论证，优先列为丛书的选题；二是要明确编写的指导思想，既要借鉴国际商业银行先进方法和国际惯例，又要总结、归纳我国商业银行自己的经验；三是要物色优秀的作者。高等院校的教师在理论准备、文字功夫等方面有一定的优势，但对银行的实际情况不够熟悉。而来自银行实际部门工作的领导和专家，有高校教师所不具备的条件和优势。所以，若把这两方面的有生力量汇合起来，优势互补，将使这套丛书从选题到编写和出版，犹如一股源源不断的活水流动起来。

编写和出版《商业银行经营管理丛书》，作为一种尝试，初衷是想为商业银行发展干一点实事。人贵有自知之明，无论是学术水平，还是对银行实际情况的掌握和了解，我们与这套丛书编写的要求相比，是不太适应的，大有勉为其难和力不从心的困惑。谨希望这套丛书，能对我国商业银行经营管理有所启示，对各商业银行的领导和员工学习理论知识及业务技能有所帮助。同时，我们也希望各家商业银行的领导能重视员工的教育和培训工作，把自己的银行真正办成“学习型银行”。对此，我们充满了期望，也充满了信心。

上海理工大学中小银行研究中心主任 朱耀明 教授

2005年8月



前言

充分发挥市场在资源配置过程中所起的基础性作用，是完善社会主义市场经济体制的一个重要命题。而市场发挥资源配置作用的一个重要前提就是：市场主体能根据市场和自身经营状况的变化，相应制定和调整产品的价格。因此，价格体系的市场化，包括价格的形成、调整和合理化，对于提高资源配置的效率具有至关重要的作用。对微观主体而言，产品的定价又是企业营销策略的一个组成部分，它直接影响销售收入的市场占有率，并最终影响企业的利润水平。

与一般产品的定价相比，银行产品的定价既有共同点，也有不同点。从微观上来说，银行产品定价作为整体营销策略的一个重要组成部分，是银行与客户联系的纽带，也是实现收入和利润的重要手段。从宏观上来说，由于现代商业银行在现代经济中居于核心地位，银行产品定价对经济发展有着广泛而深刻的影响，对资源配置具有举足轻重的作用。

本书所讨论的商业银行的产品（服务）定价，主要包括存贷款利率、中间业务收费标准和外汇牌价等如何确定的问题。另外，出于内部管理和业绩考评的需要，商业银行还必须考虑内部资金转移定价问题。多年以来，我国存贷款利率一直都是由中国人民银行统一制定并颁布的；中间业务的收费大都十分低廉，有些银行服务甚至是无偿的；而各银行的外汇牌价也是千篇一律的，很少有什么差别或不同。长期的、严格的价格管制，直接导致了商业银行产品定价能力的不足，产品价格不能对市场的变动做



出迅速准确的反应。随着近年来我国利率市场化改革的推进,这种情况已有一定的改变,如允许对中小企业贷款的利率适度上浮,中间业务包括借记卡等的收费问题闹得沸沸扬扬,等等。但从总体上看,我国商业银行对产品价格缺乏敏感性和定价能力不足的问题,没有从根本上得到改变。这显然与我国的利率市场化改革方向及推动我国银行业参与世界竞争的要求不相适应。如何提高我国商业银行定价能力,实施富有竞争力的价格策略,是我国银行业普遍面临的一个重要问题。

与商业银行产品定价问题在实践中的重要性相比,学术界和银行界对此问题的研究远不够深入。据笔者所知,我国目前还没有这方面的专门著作;相关文献对商业银行产品定价的论述,也不够系统。为此,笔者参阅了国内外相关的文献资料,并结合中国银行业的实际情况和自身的工作实践,试图对商业银行产品定价问题,做较为系统全面的论述。

本书的内容主要包括3个部分。第一部分,介绍商业银行产品定价的一般原理,包括前面4章,即第1章,商业银行金融产品定价概述;第2章,商业银行产品定价的目标;第3章,商业银行产品定价的基本方法;第4章,商业银行产品定价策略。第二部分,具体讨论商业银行各类金融产品的定价实务,共有5章,即第5章,商业银行存款定价;第6章,商业银行贷款定价;第7章,商业银行中间业务产品定价;第8章,商业银行内部资金定价;第9章,商业银行外币存、贷款产品定价。第三部分,是银行产品定价案例的分析,主要是第10章的内容。此外,本书还有个附录,是有关商业银行产品定价的两个重要文件,即中国银行业监督管理委员会与国家发展和改革委员会于2003年联合颁发的《商业银行服务价格管理暂行办法》和中国人民银行货币政策分析小组2005年初公布的《稳步推进利率市场化报告》。

本书在编写过程中,得到了上海理工大学中小银行研究中心主任朱耀明教授的帮助。上海理工大学商学院博士研究生陈宁波、硕士研究生程万鹏,对全书做了认真的校订。中国人民大学出版社闻洁女士,支持本书的出版,并为此做了大量的工作。在此,谨向他(她)们表示最衷心的感谢!



由于作者水平有限，书中难免会有欠妥之处，恳请同行专家和读者批评指正。

陆岷峰

2005 年 8 月

目 录

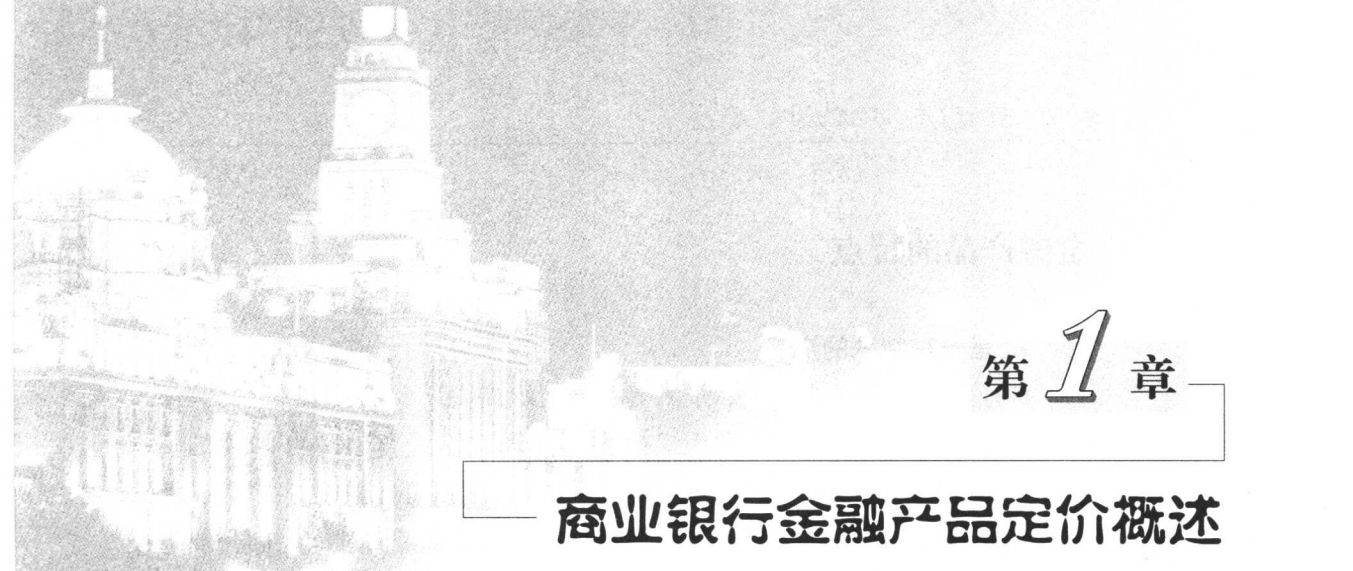
第 1 章 商业银行金融产品定价概述	(1)
金融产品的特点及分类	(1)
金融产品定价的特征	(7)
金融产品价格的种类	(8)
金融产品的生命周期	(10)
提高金融产品定价能力的必要性	(12)
金融产品定价的主要任务与依据	(14)
金融产品定价的政策环境和定价方式	(17)
提高定价能力的重要意义	(19)
金融产品定价中存在的主要问题	(23)
金融产品定价原则与基本程序	(28)
提高定价能力的配套措施	(34)
 第 2 章 商业银行产品定价的目标	 (37)
选择金融产品定价目标的一般逻辑程序	(37)
金融产品定价目标的优化	(39)
金融产品的定价目标	(41)
 第 3 章 商业银行产品定价的方法	 (51)



一般产品定价的方法	(51)
金融产品的定价方法	(53)
第 4 章 商业银行产品定价的策略	(74)
企业产品定价策略	(74)
商业银行产品定价策略	(79)
第 5 章 商业银行存款定价	(94)
不断提高存款定价能力的积极意义	(94)
存款定价的一般规定、理论计算和具体实践	(95)
提高存款定价能力的策略	(98)
存款产品的定价方法	(105)
第 6 章 商业银行贷款定价	(108)
提高贷款定价能力的意义	(108)
贷款定价的一般规定和理论计算	(109)
贷款定价的基本原则	(114)
贷款定价的影响因素	(115)
贷款定价的主要模式	(117)
贷款具体价格的确定	(123)
第 7 章 商业银行中间业务产品定价	(127)
商业银行中间业务现状介绍	(127)
中间业务产品定价的基本原则	(134)
中间业务产品定价的影响因素	(135)
中间业务产品定价策略	(137)
中间业务产品定价的主要模式	(150)
中间业务产品综合定价策略建模构思	(151)
应用中间业务产品定价策略模型需要解决的问题	(157)



几种特殊中间业务产品的定价	(159)
第 8 章 商业银行外币存、贷款产品定价	(165)
外币存、贷款产品定价的基本原则	(165)
外币存、贷款产品定价的影响因素	(166)
外币存、贷款产品的定价模式	(168)
第 9 章 商业银行内部资金定价	(171)
内部资金定价的意义及作用	(172)
内部资金转移定价机制优化的理性分析	(173)
优化内部资金转移定价机制的具体构想	(180)
内部资金转移定价模型的应用案例	(189)
关于定价模型主要因素及相关问题的讨论	(193)
第 10 章 银行产品定价案例	(197)
存款定价案例	(197)
贷款定价案例	(200)
中间业务产品定价案例	(205)
附录 有关商业银行定价的两个文件	(206)
商业银行服务价格管理暂行办法	(206)
稳步推进利率市场化报告	(208)
参考文献	(238)



第 1 章

商业银行金融产品定价概述

金融产品价格是调节银行与客户之间关系的重要手段。合理定价并灵活运用,有利于增强商业银行核心竞争力。商业银行的定价将直接关系到商业银行与客户交易的成功率,关系到商业银行金融产品的销售数量,从而对商业银行的收入与利润产生巨大影响。使价格水平既能让客户愉快地接受,又能保持商业银行适当的利润,是每一家商业银行经营者开展营销活动的主要目标。商业银行能否实现上述目标,关键在于定价策略是否合理。定价策略是商业银行最难决定的营销组合要素之一。因为价格的确定既要考察商业银行本身的情况,使价格足以补偿成本,又要从客户的角度出发,使价格能被广大消费者所接受。因此,制定合理的价格是商业银行营销工作中的一件大事。



金融产品的特点及分类

同一般工商企业相比,商业银行向社会公众提供的产品和服务,有其特殊性。



金融产品的特点

1. 是一种特殊的产品

商业银行主要是为企业、个人等社会组织提供资金和服务等产品。商业银行通过支付存款利息和利用银行信誉取得存款，同时又利用取得的资金发放贷款以获得利息收入，通过结算系统以及银行的资源为客户提供结算、理财等服务以获得收费收入，在弥补成本后实现经营利润。同一般工商企业相比，其所提供的产品显然是不同的，主要是资金和与资金相关联的服务等。

2. 是无形物和有形物的结合体

商业银行提供给客户的金融产品无论是贷款还是咨询理财服务，其过程感觉是无形的，但是发放的贷款或提供的劳务却又能让客户察觉到它的存在，因为这种服务是以有形物为载体的。如发放贷款要填写贷款合同，提供理财服务要有相应的书面理财建议等等。又如客户办理转账结算，结算是无形的，但可以通过会计账户资金的变化等载体，让客户感受到结算服务的完成。因此，商业银行金融产品具有有形载体和无形服务相融合的特征。

3. 具有很强的同质性

各家商业银行所提供的资金和服务在本质上是相同的，具有很强的同质性特征。比如，就商业银行最主要的金融产品贷款而言，任何银行发放的贷款都是以资金作为载体，只是期限、方式、利率、办理速度、名称等有所不同而已；而对于客户而言，其金融需求最终是取得资金。至于贷款方式等，在金融创新和技术手段日益发展的今天，任何一家金融机构只要出现有利于吸引客户的创新，在短时间内这些创新必然会被其他金融机构模仿和替代。

4. 具有系列化产品特征

商业银行金融产品的品种极为丰富，具有系列化特征。如贷款业务，从期限上分，有中、长、短期贷款；从行业上分，有各个行业的贷款种



类；从币种上分，有本、外币贷款等等。

5. 功能具有多样化特征

随着科学技术的发展，商业银行的金融产品呈现出服务功能多样化的特征。如商业银行发行的各种银行卡，除了可以实现存、取款功能外，还可以实现借贷、转账、消费等多种功能服务，以及与手机银行实现对接等。

6. 与社会产品关联度越来越高

近年来，商业银行金融产品在影响当地社会经济活动和市民生活方面作用日趋突出，不仅充分发挥了金融产品对经济的支持作用，而且与其他社会产品共同激发了市场的活力，影响着经济发展和人们的生活。如商业银行与委托单位联合推出的各种代理性业务、与商业企业联合发行的联名卡等等，都是在利用商业银行的金融产品优势，加强对社会发展的促进作用。

金融产品的分类

商业银行金融产品按不同的划分标准，有不同的划分方法。

1. 按金融产品分类

按金融产品的内容可以划分为负债类产品、资产类产品、中间业务类产品三类。

(1) 负债类产品

负债业务是商业银行筹集资金的业务。负债包括客户存款、中央银行借入款、金融市场借入款、资本金、同业拆入款、同业存款、委托理财基金等。中央银行借入款包括信用放款、券物抵押贷款等。金融市场借入款包括向不同市场主体以不同方式融入的不同期限的资金等。资本金则是商业银行的自有资金，即对股东的负债。同业拆入款是因资金头寸不足临时向同行业拆入的款项，时间最长不超过4个月。同业存款是同业的金融机构或非银行类金融机构为结算需要在商业银行开立账户的款项。委托理财基金则是银行利用其人才和技术优势吸收的基金存款。客户存款是商业银