



丛书主编 所向东 魏革军

商业银行 个人客户经理 理财技能提升

主编 吴娟萍

Skill Upgrading for
Bank Relationship Managers

Bank

 中国金融出版社



丛书主编 所向东 魏革军

商业银行个人客户 经理理财技能提升

 中国金融出版社

责任编辑：张哲强

责任校对：潘洁

责任印制：尹小平

图书在版编目（CIP）数据

商业银行个人客户经理理财技能提升（Shangye Yinhang Geren Kehu Jingli Licai Jineng Tisheng）/吴娟萍主编. —北京：中国金融出版社，2009. 12

（21 世纪银行精英系列培训教材）

ISBN 978 - 7 - 5049 - 5319 - 3

I. 商… II. 吴… III. 商业银行—私人投资—银行业务—中国—技术培训—教材 IV. F832.33

中国版本图书馆 CIP 数据核字（2009）第 201703 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) 63272190, 66070804 (传真)

网上书店 <http://www.chinafph.com> (010) 63286832, 63365686 (传真)

读者服务部 (010) 66070833, 82672183

邮编 100055

经销 新华书店

印刷 北京松源印刷有限公司

装订 东兴装订厂

尺寸 169 毫米 × 239 毫米

印张 23

字数 439 千

版次 2009 年 12 月第 1 版

印次 2009 年 12 月第 1 次印刷

定价 49.00 元

ISBN 978 - 7 - 5049 - 5319 - 3/F. 4879

如出现印装错误本社负责调换 联系电话 (010)63263947

《21 世纪银行精英系列培训教材》丛书
编 委 会

主 任 所向东 魏革军
副 主 任 王龙华 陈华蓉 吕香茹
编 委 张 峻 曾巧雯 陈海燕
倪红卫 何玲云 张哲强

《商业银行个人客户经理理财技能提升》编写组

主 编 吴娟萍
编写组成员 吴 凡 吴娟萍 姜秋林 胡义华
陈威吏 张 祎

总 序

21世纪银行精英系列培训教材

30年波澜壮阔的改革开放，中国社会各个领域都发生了翻天覆地的巨变，中华民族的伟大复兴令全世界喝彩。众所周知，随着经济的高速增长，金融业已经成为我国增长最快的产业之一，目前已基本形成与建设社会主义市场经济体系相适应的，以银行、证券、保险、信托为四大支柱，其他金融机构为补充的金融体系。近年来，国有商业银行加快了股份制改造和上市的步伐，稳步推进公司治理结构改革，特别是2008年，在国际政治动荡、经济衰退、部分金融机构折戟沉沙之际，中国银行业金融机构表现出稳健的抵御风险能力、可观的盈利能力和不凡的国际竞争力。

在业绩增长的同时，我们也逐步深化了对金融发展规律的认识，积累了从国情行情出发建设现代金融企业的宝贵经验，这就是：只有坚持科学发展观，牢牢把握“以人为本”的核心理念，正确处理金融与经济的关系，正确处理金融创新与金融监管的关系，把转变发展方式作为可持续发展的根本途径；坚持把完善治理和加强管理作为实现健康发展的基础工程；坚持把加强党的建设和员工队伍建设作为改革发展顺利进行的重要保障，才能全面提升中国银行业的竞争发展能力。

银行业的竞争，其根本是人才的竞争，作为“人才兴行”战略的逻辑起点应该是“行兴人才”。经过改革开放的锤炼，特别是中国加入世界贸易组织以来，随着金融全球化进程的加剧，一支金融业务熟练、管理经验丰富、职业道德良好的人才队伍得到了锻炼和培养。从目前我国银行业整体状况来看，各家商业银行不乏高学历的员工，但较为短缺的是与时俱进的金融新知识、新理念和新技能。我们采取引进人才和培养人才双管齐下的措施，尽快建立适合国情的各级经营管

理人才和技术骨干，这样才有助于金融人才队伍的健康发展。

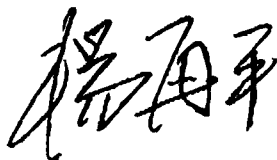
我们可喜地看到，国内有一批融学术和实践为一体的现代金融培训院校，它们聚集着大批金融专家与人才，在金融人才培养方面积累了丰富的经验，同时又与高校、科研机构、金融机构和国际先进培训机构有紧密联系，它们不仅在金融从业人员的培训上发挥着重要作用，而且其系列产品，如培训教材、培训课件及其他知识产品也逐步走出院校、惠及全行业。

学习的过程离不开读书，培训学习也不例外。“21 世纪银行精英系列培训教材”正是为了适应商业银行人才培养需要而组织编写的系列培训教材，其内容将随着商业银行业务发展和金融培训的需要不断扩充。先期呈现给读者的是《商业银行企业文化》、《商业银行全面风险管理》、《商业银行新兴业务》、《网络金融》和《商业银行实用英语》五本教材。其在理论上，既有对西方商业银行先进理论的阐述，又有对我国商业银行理论的总结；在实务上，紧密联系我国商业银行运营现状，突出应用型人才培养的特色。着重介绍现代商业银行的新兴业务和风险管理，并展示商业银行未来发展趋势。具有实践性、指导性和通俗性的特点。希望今后这套培训教材更加充实、更加完善。

金融危机的爆发和蔓延，无疑将给银行业带来更加严峻的挑战和更加激烈的竞争，需要进一步提高我们学习和运用科学金融知识的能力。

谨以年初金融业同行们面对象征中华民族坚强意志的万里长城发表的宣言与大家共勉：“在这个特殊的时刻，作为金融行业的代表，我们决心自强不息，苦练内功，提高金融服务的水平，铸就核心竞争力；我们决心团结一致，群策群力，诚信自律，促进行业健康发展；同时，我们要克服困难，化危为机，筑起信心和胜利的长城。”

是为序。



2009 年 2 月 2 日

前言

21世纪银行精英系列培训教材

近年来，我国经济快速发展，国内居民的个人财富急剧增加，居民理财服务的需求呈现不断上升的趋势。商业银行已普遍认识到开展个人理财业务的重要性和必要性，发展个人理财业务已成为商业银行业务发展的核心内容。

与此同时，随着国内居民理财意识的逐步增强，客户对商业银行理财服务的要求也越来越高。这就要求个人客户经理不仅要具备较强的专业技能，更要具备较高的综合素质。但是目前国内商业银行的个人客户经理中普遍缺乏高素质的理财人员，优秀理财人员的匮乏已成为我国银行业个人理财业务发展的“瓶颈”。因此，如何有效提升国内商业银行个人客户经理的理财技能，培养一批专业化、高素质的理财人员已成为各家商业银行一项迫在眉睫的任务。为此，中国工商银行杭州金融研修学院专门成立了教材编写小组，编写了《商业银行个人客户经理理财技能提升》一书，供广大商业银行从事理财业务的个人客户经理学习提高，以更好满足个人客户对商业银行理财服务的需求。此外，本书还可供商业银行的其他员工和大专院校的师生阅读参考。

本书分为“基础篇”、“产品篇”和“技能篇”三篇，内容涵盖了商业银行个人客户经理在理财过程中涉及的投资、保障、税务等基础知识，个人客户投资、融资等产品信息，以及客户行为分析、客户服务营销、理财方案设计等理财实战技能。

本书的主要特点和创新有：

第一，内容新颖。本书在对个人客户经理必备的理财技能进行全面介绍的基础上，在“技能篇”中加入了“客户行为分析”和“时尚品鉴”等内容，以进一步开阔个人客户经理的知识面，提高个人客

户经理的理财技能和综合素质，提升其为中高端客户服务的能力。

第二，突出全新的理念。本书是从客户的投融资、保险保障、税务筹划等需求出发来阐述个人客户经理应当要具备的理财技能，而不仅仅是为了理财技能而谈理财技能，全书体现的是一种“以客户为中心”的理念。

第三，具有实用性、可操作性。本书在编写中注重一般原理和实务操作相结合，在对理财等基本原理进行分析的基础上重点突出内容的实用性和可操作性，以真正提升个人客户经理在理财过程中的实践能力。

第四，可读性强。本书在各章的开头用一个通俗易懂、富含哲理的小故事引出本章所要介绍的内容，大大吸引了读者的视线，使读者产生强烈的阅读愿望；同时为避免空洞的理论介绍，在各章节的编写中插入了大量的案例和知识链接，既增加了可读性又拓宽了读者的视野。

本书是在编写组全体成员基于多年的教学和科研、参照国内外相关教材、研究报告、最新业务发展信息的基础上编写而成。参加编写的成员是：姜秋林第一章、第二章，张祎第三章，吴凡第四章，陈威吏第五章、第六章、第十章第一节，胡义华第七章、第九章、第十章第三节，吴娟萍第八章、第十章第二节。本书的编写出版得到了中国工商银行相关部室领导和业务专家的指导，得到了中国工商银行杭州金融研修学院领导、老师与中国金融出版社的大力支持和帮助，在此表示衷心的感谢。

本书不尽人意之处，诚恳欢迎批评指正。

编者
2009年12月



目 录

第一篇 基础篇

- 1 第一章 个人理财在中国
- 7 第二章 做客户的投资顾问
 - 7 第一节 拨开迷雾看投资
 - 16 第二节 投资工具面面观
- 61 第三章 做客户的保障顾问
 - 61 第一节 人身保障
 - 71 第二节 保障型寿险产品
- 94 第四章 做客户的理税师
 - 95 第一节 个人涉及的主要税种介绍
 - 106 第二节 个人所得税的税务筹划
 - 121 第三节 增值税的税务筹划
 - 128 第四节 营业税的税务筹划

第二篇 产品篇

- 132 第一章 个人客户银行理财产品
 - 133 第一节 开启银行理财产品之门
 - 135 第二节 让您钱生钱的人民币理财产品
 - 149 第三节 让您钱生钱的外币理财产品
- 156 第二章 个人客户银行融资类产品
 - 158 第一节 个人住房贷款轻松实现您的购房梦

174	第二节	个人消费贷款让您轻松消费
181	第三节	个人经营贷款助您的事业蒸蒸日上

第三篇 技能篇

183	第一章	透过客户行为看理财
185	第一节	客户行为的心理特征
191	第二节	客户理财的行为特征
198	第三节	我国高收入群体的理财行为特征
205	第二章	透过客户服务看营销
205	第一节	认识客户服务
221	第二节	客户营销技巧
226	第三节	客户关系维护
233	第三章	定制客户的理财方案
233	第一节	理财方案设计流程
251	第二节	综合理财方案
271	第四章	时尚品鉴
271	第一节	奢侈品鉴赏
307	第二节	红酒品鉴
315	第三节	高尔夫运动鉴赏
329	附件	中华人民共和国保险法（2009年修订）
354		主要参考资料

第一篇 基础篇

第一章

21世纪银行精英系列培训教材

个人理财在中国

有一个人积攒了一袋黄金，怕小偷偷走，就将黄金埋在屋前的花园里，并经常挖出来看看。有一天，他发现黄金不见了，于是痛不欲生。一位过路老人见此状，上前询问，得知事情原委，问道：“你从来没有花过这些钱吗？”“没有，我每次只是拿出来看看而已。”“那你就不必伤心了。”老人说道，“因为这笔钱有和没有对你来说都是一样的。”

这个故事告诉我们，把钱闲置起来等于没有钱，只有通过理财让钱运转起来，才能给你带来更多的财富。

个人理财在我国起步是与我国经济的发展，以及个人财富的增长分不开的。经济发展到一定阶段是个人理财成为一项银行业务的必要条件，从这个意义上说个人理财也是三十年改革开放的产物。三十年的改革开放使我国经济实现了前所未有的大突破、大跨越和大发展，下面的数字可以印证我国经济发展的卓越成就：我国的国内生产总值由1978年的3 645亿元迅速跃升至2008年的300 670亿元；城镇居民人均可支配收入由1978年的343元提高到2008年的15 781元；外汇储备也实现由短缺到富足的历史性转变，1978年我国外汇储备仅1.67亿美元，2008年我国外汇储备扩大到1.95万亿美元，稳居世界第一位。

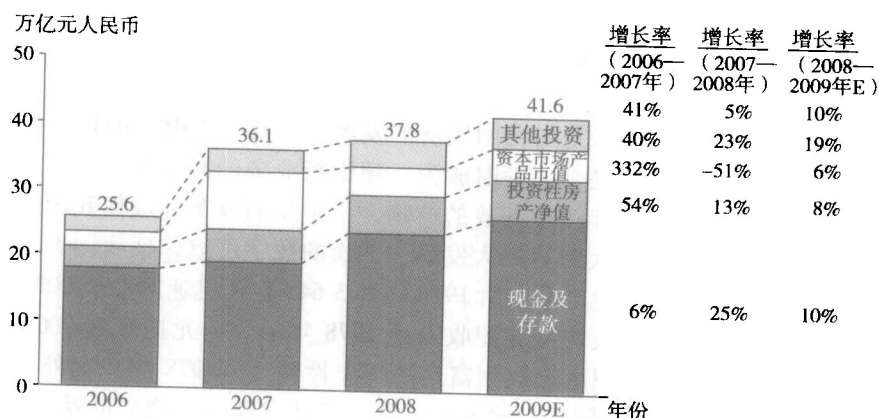
现在，股票、基金、外汇、保险等金融产品已成为我们生活的一部分，人们在谈论这些产品的时候就如同三十多年前每天谈论粮票、肉票一样自然。经济全球化、通货膨胀、利率水平、汇率政策等也不再宏观而遥远，我们从未像今天这样清晰地感受到它们对我们每个人的生活、财富的影响是如此巨大和直接。当越来越多的中国人民第一次面临在满足基本生活外还有财富剩余之后；当人们过惯了几十年的计划生活，要开始自己买房、自己负担子女教育费用、自己负担部分医疗费用、自己安排人生的时候；当人们面临越来越多的金融产

品和越来越复杂的税务、法规时；当人们面对急剧变化的社会、快速发展的经济从而产生对整个人生周期的不确定时；仅靠勤俭持家已远远不能实现从个体生命周期的角度对个人或家庭财务进行全面、综合规划的要求时个人理财在中国便应运而生了。

一、应运而生的专业个人理财

我们需要专业的个人理财吗？回答是肯定的。国家经济景气监测中心公布的一项调查结果表明，就全国范围而言，约有 70% 的居民希望得到理财顾问的指导。国际的一项调查也表明，几乎所有的人在没有得到专业人员的指导和咨询时，一生损失的个人财产从 20% 到 100% 不等。因此，寻求专家提供的个人理财建议引起公众的极大兴趣，专业的个人理财业务在中国开始崭露头角。我国的商业银行是个人理财业务的积极倡导者，1997 年 12 月，中国工商银行上海市分行开设个人理财工作室，其后各商业银行相继设立个人理财中心或贵宾理财室来开展个人理财服务。以下的理由足以说明，我们需要专业的个人理财。

（一）正如前面所述，改革开放三十多年我国个人财富、家庭资产均得到迅速增长，如图 1-1 所示。



注 1：“资本市场产品”包含个人持有的股票、基金、ETF、开放式基金和债券。

注 2：“其他投资”包含个人持有的保险、银行理财产品、离岸资金和其他投资（商品期货、黄金等）等，不包括自住房产、非上市公司股权及耐用消费品等资产。

资料来源：贝恩公司《2009 中国私人财富报告》。

图 1-1 2006—2009 年中国个人可投资资产规模

私人财富的急剧增加必然带来理财业务的兴起，由于我国国民理财知识的匮乏，客观上需要专业的理财服务，对其进行有效的管理，使资产实现保值增值。

（二）经济和金融市场的发展以及对个人理财业务需求的增加促进了更多理财产品的涌现，面对日益增多和日趋复杂化的金融产品，公众对金融知识的缺乏和时间精力的有限，客观上需要专业的理财服务。

（三）随着改革的不断深入，涉及面越来越广，教育、住房、退休、养老、医疗、保险、税收等方面的改革无不影响着公众的生活，其安排的专业性和复杂性更超出了一般人的精力和能力，因此越来越需要理财专家的指导和帮助。

（四）改革开放三十年，我国居民的金融资产日益多元化，个人外汇资产大幅增加，在经济全球化和市场化的背景下，利率、外汇、黄金等各类金融产品波动的频率和幅度都是前所未有的，因此如何规避风险，使手中的资产免受损失同样需要专业理财师提供指导与帮助。

二、认识个人理财

从上面可以看出，大力发展个人理财在我国已成必然，那么，我们接下来就先来认识一下个人理财。

（一）什么是理财

什么是理财？给别人做资产管理被称为理财，帮别人炒股称为理财，卖保险也叫理财……所有涉及金钱的行为都冠以了“理财”的头衔。“理财”这个词似乎已经成为近年来中国的流行词汇之一。然而，尽管个人理财观念现在已经越来越深入人心，但个人理财到底是什么、应该如何理财等问题对绝大部分人来说还是一个模糊的概念。财富的快速增长与个人理财观念、理财传统缺失之间的矛盾很快就在我们的生活中暴露出来。理财中的烦恼和误区如影随形地萦绕在生活中，困扰着我们。

那么究竟何谓个人理财呢？关于个人理财并无一个为大家所公认的定义，中国金融理财标准委员会有如下的定义：金融理财是一种综合金融服务，是指专业理财人员通过分析和评估客户财务状况和生活状况、明确客户的理财目标、最终帮助客户制订出合理的可操作的理财方案，使其能满足客户人生不同阶段的需求，最终实现人生在财务上的自由、自主和自在。简单地说，个人理财就是为实现个人人生目标而制订、安排、实施和管理的一个各方面总体协调的财务计划的过程。

小贴士

AFP 与 CFP

考虑到国内对于具备基本理财技能的金融理财师的需求数量和紧迫性均远远超过具备国际水准的 CFP，中国金融教育发展基金会金融理财标准委员会决定采用多数国际 CFP 组织正式成员的做法，在中国实施两级金融理财师认证制度，即金融理财师（Associate Financial Planner, AFP）和国际金融理财师（Certified Financial Planner, CFP）认证制度。

个人理财起源于 20 世纪 30 年代的美国，当时严重的经济危机和股市大灾荒给人们的未来生活带来巨大的不确定性，可以满足各种不同需求甚至为客户量身定制的金融产品逐渐为人们所关注。随着第二次世界大战后经济的复苏和社会财富的累积，个人理财业务也从初创期进入了扩张期。社会、经济环境的变化逐渐使富裕阶层和普通消费者无法凭借个人的知识和技能来妥善打理财务，通过动用各种财力资源实现自己短期和长期的生活、财务目标成为共同的选择。

（二）理财在中国

长期以来，我国银行对个人的金融理财服务仅仅局限于储蓄、代收代付等简单的业务。随着个人财富的增长和金融市场的发展，个人理财业务在 20 世纪 90 年代开始出现。

表 1-1 个人理财在中国的发展历程

时间	事件
1995 年	招商银行推出集本外币、定活期存款集中管理及代收付功能为一体的“一卡通”，国内首度出现以客户为中心的个人理财产品
1996 年	中信实业银行广州分行率先在国内银行业成立了私人银行部，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
1997 年	中国工商银行上海市分行向社会推出了理财咨询设计、存单抵押贷款、外汇买卖、单证保管、存款证明等 12 项内容的理财系列服务
1998 年	中国工商银行在上海、浙江、天津等地的 5 家分行，进行个人理财业务试点
2000 年	中国工商银行上海市分行举行了杨韶敏等 6 位优秀理财员的“个人理财工作室”挂牌活动，银行首次出现以银行员工姓名作为服务品牌的理财工作室
2002 年	招商银行在全国推出“金葵花”理财，为高端个人客户提供高品质、个性化的综合理财服务，内容包括“一对一”理财顾问服务、理财规划等专业理财服务，涵盖负债、资产、中间业务等内容

资料来源：根据相关资料整理。

随着个人理财的逐步发展,自20世纪90年代中后期以来,个人理财业务逐渐成为国内银行产品和服务创新的主要领域,更成为银行竞争最激烈的焦点之一。

自2005年11月1日施行《商业银行个人理财业务管理暂行办法》至今,各商业银行积极发展理财产品,且大部分都实现了预期收益。根据《2008—2009年中国银行个人理财产品市场研究年度报告》统计资料显示,2005年我国银行个人理财产品的发行规模为2000亿元人民币,2006年达到4000亿元人民币,2007年各中、外资银行业金融机构本外币理财产品合计销售总额达8190亿元人民币。2008年,银行理财产品继续保持了快速发展的势头,前三个季度理财产品新增规模就突破了2万亿元人民币,创造了一个新的速度神话。

如今,商业银行个人理财业务已经步入了品牌化、标准化、个性化、系统化服务的新阶段。商业银行通过设立理财中心、理财室和理财窗口,建立和完善服务网络;通过严格选择和强化培训,建立优秀的客户经理队伍;通过信息整合和软件系统开发,提供较强的信息和技术支持;通过产品、渠道、流程的创新和整合,全面提高服务水平。从而逐步形成不断完善的理财服务体系,使客户特别是高中端客户,能够在商业银行得到便捷、高效、合规、综合性、全方位、个性化的理财服务。

(三) 为什么要理财

个人理财的目的是什么?理财的目的就是让钱越来越多吗?答案是否定的。个人理财的目标是建立一个财务安全、健康的生活体系,实现人生各阶段的目标和理想,最终实现财务自由,这是一个漫长的过程,贯穿人生始终。个人理财的任务就是在你的“出发地”即现状与“目的地”即未来的理想和目标之间选择一条最佳的实现途径。

(四) 理财包括哪些内容

理财是针对客户的一生而不是某个阶段的规划,它包括个人生命周期每个阶段的资产、负债分析,现金流量预算和管理,个人风险管理与保险规划,投资目标确立与实现,职业生涯规划,子女养育及教育规划,居住规划,退休计划,个人税务筹划及遗产规划等多个方面。因此,理财内容非常广泛,作为专业理财师对其知识面的要求是“全才”。

(五) 怎样理财

1. 了解客户

每个客户都是不同的,有不尽相同的目标、财务状况、家庭成员、生活理想、嗜好、脾气,以及对风险的承受力等,为了制订出符合客户需求的理财计划,必须了解客户的财务实力、收支状况、理财条件及未来需求等,只有在全面掌握客户基本信息的基础上才可能制定出切合客户实际的理财规划书。

2. 明确目标

理财如同在大海中航行，通过第一个步骤了解船上的设备和现在身处何地，接下来就要知道这艘船要驶向何方，即明确目标。理财目标的确定要切合实际，要有每个阶段的目标，包括期望何时退休，退休后能够达到什么样的生活水平；期望给孩子什么样的教育；居住或出行条件的改善计划；旅游娱乐计划等方面的内容。

3. 投资规划

前面的工作已经为制定个人理财规划打下了基础，接下来的任务是要制定一个科学的、系统的、可操作的，而且各方面总体协调一致的财务规划。在这个规划中将会涉及个人或家庭财务的各个方面，包括家庭资产的配置、保障的安排、现金流的控制、消费的合理安排、投资组合设计、投资策略的制定、个人所得税合理筹划乃至遗产的安排等方面。

4. 安排实施

投资规划制定好之后，就要将制定好的财务规划进行具体的安排和实施。这就需要选择具体的投资理财产品，并实施购买和安排。在这个步骤中，我们一定要对各种投资理财产品有明确的认识，了解它们各自的优势和不足之处，取长补短，组合设计来满足理财目标的需要，要制订计划实施的时间表以及安排好实施计划所需要匹配的资金。

5. 监控与调整

就如一艘船在海上航行会受到水流风速等的影响而偏离航道，我们要在航行过程中不断修正，以确保这艘船朝着既定的目标前行一样，理财师也要定期对计划的实施和执行情况进行管理、监控、评估和调整。理财是一个动态的过程，我们所处的经济社会的环境情况瞬息万变，客户自身的情况也充满变数，所以原来制定的理财规划不能也不可能一成不变，而应当顺势而动，随时调整。

第二章

21世纪银行精英系列培训教材

做客户的投资顾问

坊间盛传一个和尚炒股赚钱的故事：说股票价格节节上涨，人们都在抢购，唯恐慢一步得不到筹码。和尚悲天悯人：我不施舍谁施舍？于是把股票卖了，结果躲过了一场大跌。后来因为大跌不断，股民恐慌性抛盘，许多股价被拦腰截断，许多股民被套，和尚看到又心生怜悯：我不下地狱谁下地狱？你们不要就给我吧！结果反倒买到了最低点，接着大盘强劲反弹，和尚大赚。

市场上近乎所有失败的投资都是源于人性中的贪婪和恐惧。和尚投资获利，恰恰是因为他的行为超越了人性的缺陷。请记住巴菲特的名言：在别人贪婪时恐惧，在别人恐惧时贪婪。但是亲爱的读者，您能做到吗？要成为出色的投资顾问，您必须做到。

前面已经介绍过，个人理财过程中一个很重要的部分是投资规划，从众多的个人理财服务方案中可以看出投资在个人理财中扮演着非常重要的角色。因此，为客户提供个人理财服务实际上就是要成为客户的投资顾问。那么，如何才能成为一个受客户拥戴的投资顾问呢？一个好的投资顾问除了做好客户的服务外还应当了解和掌握一定的投资知识、投资理论、投资实践和投资技巧，这就是本章要为您介绍的内容。

第一节 拨开迷雾看投资

一、实践的先导——了解投资理论

关于投资的理论有很多，基本上都是西方的，限于篇幅，以下仅对常见的11个著名的投资理论进行简介，让大家有一个浅显的了解，如果想更深入地了解其中某些理论，可以查看相关的书籍。

1. 凯恩斯（J. M. Keynes）的选美论

20世纪30年代，一代宗师凯恩斯在其巨著《就业、利息和货币通论》中对