



普益标准

2008年 中国理财市场 排名报告

2008NIAN ZHONGGUO LICAI
SHICHANG PAIMING BAOGAO

“普益标准”理财行业评价课题组 编



中国财政经济出版社

2008年中国理财市场排名报告

“普益标准”理财行业评价课题组 编

中国财政经济出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

2008 年中国理财市场排名报告 / “普益标准” 理财行业评价课题组编. —北京: 中国财政经济出版社, 2009. 10

ISBN 978-7-5095-1832-8

I. 2… II. 普… III. 金融市场-研究报告-中国-2008 IV. F832.5

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 168864 号

责任编辑: 付克华

责任校对: 张 凡

封面设计: 邹海东

版式设计: 兰 波

中国财政经济出版社出版

URL: <http://www.cfeph.cn>

E-mail: cfeph@cfeph.cn

(版权所有 翻印必究)

社址: 北京市海淀区阜成路甲 28 号 邮政编码: 100142

发行处电话: 88190406 财经书店电话: 64033436

涿州市新华印刷有限公司印刷 各地新华书店经销

889 × 1194 毫米 16 开 9.25 印张 249 000 字

2009 年 10 月第 1 版 2009 年 10 月涿州第 1 次印刷

定价: 30.00 元

ISBN 978-7-5095-1832-8 / F · 1534

(图书出现印装问题, 本社负责调换)

本社质量投诉电话: 010-88190744

“普益标准”理财行业评价课题组成员

组 长：普益财富 罗志华 博士

副组长：西南财经大学信托与理财研究所 李 勇 博士
西南财经大学信托与理财研究所 翟立宏 博士
西华大学金融研究所 孙从海 博士

成 员：普益财富银行研究部 张 星 陈金红 杨剑超 孟 瑾 骆 璐
普益财富信托研究部 唐丽琼 赵 杨 苏 蓉 陈 巍 李双红
普益财富基金研究部 湛 超 杨可瞻
普益财富证券研究部 李跃龙
普益财富保险研究部 方 瑞 薛 彬
普益财富数据分析部 李 伦 谭红艳 王 雨 陈 商 程寅罡
普益财富质量监督部 李要深
普益财富资讯中心 刘 辉 王茂君 贾 肖 刘庆香 罗晓丽
张 燕 袁 瑞 张琳玲

前言

当前,为客户提供资产管理服务的理财业务正成为最令人兴奋的金融业务增长板块。许多商业银行已经将理财业务作为与“存、贷、汇”并列的第四大收入支柱。更多的非银行金融机构则制定战略,立志成为优秀的专业资产管理机构。理财市场已经成为各类金融机构欲展宏图的必争之地。

据统计,目前从事理财业务的5类金融机构约为400家(法人机构),营业网点数量接近10万个,接受理财服务的投资者则达到数千万之巨。为数众多的机构所提供的理财服务名称和方式各具特色,但几乎都以提供现金资产增值为直接目标的“综合理财服务”为主。这些理财服务也越来越多地以各种营销方式向理财投资者进行渗透。

面对花样繁多、颇具诱惑的理财宣传和推介,投资者迫切希望对各类理财机构有一个全面的了解,对理财机构的信用实力、理财经验、专业特长等表现进行评判,以便从中找到适合自己的服务提供商。

面对竞争不断加剧的展业环境,理财机构也迫切希望对整个理财行业有一个清晰的认识,对行业的整体规模、领域分布、业务水准和发展趋势进行专业分析,以便自我定位、选取标杆和制定战略。

同时,监管者、行业组织、媒体和研究机构等也迫切需要针对理财市场的中立、客观、专业和持续的研究分析,以作为参考。

在这种背景下,由一个专注于理财市场研究的团队所开发的“理财市场排名系列”应运而生。这个团队的名称是“普益标准”理财行业评价课题组。

从2006年成立起,该研究团队即开始潜心专注于理财产品数据库的建立和完善,并持续地开展针对产品、机构和市场的分析评价。经过一系列艰苦而审慎的工作,研究团队逐渐提炼出一套对银行和信托机构理财能力进行测试和评价的标准和方法。在相关研究机构的数据支持下,这一评价工作扩展到了包括银行、信托、证券、基金和保险机构在内的整个金融理财领域。从2008年3月起,研究团队开始推出针对各类机构理财能力排名的系列报告。呈现在读者面前的这份报告正是前期开创性工作的阶段性总结。

在各类机构评价中,报告既采用对其发行规模、收益情况、创新与风控、信息披露等主要指标来分解考察其各单项的理财水平,也通过权重安排来衡量其综合理财能力,力图全面客观地展示和分析理财机构的财技。对于商业银行、信托公司,除了各理财要素能力的纵向排名外,还以理财资金、信托财产运用领域为标准,对其在各业务领域的理财能力进行横向评价。

理财评价的目的在于促进投资者保护机制的完善和理财市场的繁荣,这也是报告正文中以不同形式多次申明的。为此,报告创作团队在数据收集、指标选择和方法建构等方面做了大量努力,力求完整、合理和科学。但是,纷繁复杂的市场环境决定了其任何一项努力都要克服许多困难,加上研究团队自身专业水平上的限制,目前的排名体系存在一定的缺陷和错误恐怕在所难免。因此,研究团队将排名报告的公开发行人看作是广泛征集批评指导的一次良机。

排名必然会有先后,这对于已经习惯了“排名不分先后”的国内机构而言,多少有几分冲击力

度。特别对于名次靠后的机构而言，可能会形成一定的压力。事实上，本报告研究团队也深感责任重大。但是，有市场就有竞争，有竞争就有先后。各个机构的理财能力的前后座次实际已经或正在投资者和市场人士之间口碑相传。本报告不过是站在第三方的角度，以较专业化和标准化的方式来系统地表达其中一种观点，更不用说本报告还是一种建立在实证基础上的学术探讨。报告研究团队不揣冒昧，借此报告为促进社会各方发表关于市场排名的意见和建议抛出一块引玉之砖。

如同新生事物成长规律所揭示的那样，理财市场的排名体系也必然要经历在争议中不断成长、在否定中不断完善、在质疑中不断成熟的过程。如果本报告的出版能够为促进这一进程的发展起到些许作用，那将是对研究团队的最大激励。

“欲穷千里目，更上一层楼”。由于种种原因，各类理财机构开展业务的标准尚不统一，这就影响了各类机构之间的可比性，因此我们看到的还是一个“分业式”的排名报告。从发展的眼光来看，理财市场的原则标准是必然要统一的，特别是理财机构对于投资者应负有的受托责任更有理由统一标准。因此，今后排名研究的重点之一就是研究适用于整个理财市场的统一标准，对所有理财产品和理财机构进行“混业式”的评价，这将是更具挑战性的课题。

我们期待着倾听各方对于这份报告的批评和建议，更期待着业内专家更多地关注、指导和参与这项研究，共同为我国理财市场的健康发展做出贡献。

“普益标准”理财行业评价课题组

2009 年 8 月

目 录

第一篇 2008 年度银行理财能力排名报告

导 论	(2)
第一章 银行理财能力排名的主要指标与基本框架	(4)
第一节 银行理财能力排名的主要指标	(4)
第二节 银行理财能力排名的对象与基础数据	(7)
第二章 银行理财业务综合能力排名	(10)
第三章 银行理财业务单项能力排名	(18)
第一节 银行理财产品发行能力排名	(18)
第二节 银行理财产品收益能力排名	(23)
第三节 银行理财产品收益实现能力排名	(28)
第四节 银行理财业务创新与风险控制能力排名	(33)
第五节 银行理财产品信息透明度排名	(37)
第四章 银行业务领域理财能力排名	(43)
第一节 信贷与票据资产领域理财能力排名	(43)
第二节 结构性理财领域理财能力排名	(47)
第三节 证券投资领域理财能力排名	(50)
第四节 债券与货币市场领域理财能力排名	(53)

第二篇 2008 年度信托公司理财能力排名报告

导 论	(58)
第五章 排名的主要指标与基本框架	(60)
第一节 排名的主要指标	(60)
第二节 排名对象与数据技术	(61)
第三节 影响排名的要素分析	(65)
第六章 信托公司综合与单项理财能力排名	(66)
第一节 信托公司综合理财能力排名	(66)
第二节 信托公司信托资产管理规模排名	(68)
第三节 信托公司信托产品收益能力排名	(69)
第四节 信托公司信托产品专业能力排名	(72)
第五节 信托产品风险控制能力排名	(73)

第六节 信托产品信息透明度排名	(74)
第七节 信托产品创新能力排名	(77)
第七章 信托公司业务领域理财能力排名	(80)
第一节 基础设施领域理财能力排名	(80)
第二节 房地产领域理财能力排名	(84)
第三节 工商企业领域理财能力排名	(88)
第四节 证券投资领域理财能力排名	(91)

第三篇 基金公司、证券公司、保险公司理财能力排名报告

导 论	(97)
第八章 基金公司理财能力排名	(100)
第一节 排名的基本框架	(100)
第二节 股票型基金管理能力排名	(101)
第三节 混合型基金管理能力排名	(105)
第四节 债券型基金管理能力排名	(109)
第五节 货币市场基金管理能力排名	(113)
第六节 其他类基金管理能力排名	(116)
第九章 券商集合资产管理能力排名	(120)
第一节 排名的基本框架	(120)
第二节 券商集合资产管理人管理能力排名	(122)
第三节 券商集合资产管理计划收益排名	(125)
第十章 保险公司投连险理财能力排名	(129)
第一节 排名的基本框架	(129)
第二节 投连险综合与单项理财能力排名	(130)
后 记	(137)

第一篇

2008 年度银行理财能力排名报告

* 本报告所指“银行”包括国有控股及股份制商业银行、区域性与城市商业银行、农村银行业金融机构和外资银行。

导 论

起源于2004年的商业银行个人理财业务无疑已经成为我国理财市场中成长最快和最具发展潜力的业务板块,成为我国商业银行转变经营与盈利模式的重要金融创新途径。自2005年9月监管部门颁布《商业银行个人理财业务管理暂行办法》之后,商业银行理财业务发展迅速,已经作为一项重要业务被纳入到了监管体系。

正是基于对监管部门在商业银行理财业务监管方面的配合,以及投资者立场对商业银行理财业务中包括经营稳健、收益出色、风险可控、信息充分等积极因素的正向激励,“普益标准”参考市场已有的较成熟的商业银行理财能力排名与评价体系,推出了“2008年度银行理财能力排名报告”^①,作为《2008年中国理财市场排名报告》的第一篇。

一、排名的现实意义

随着我国城乡居民财富的迅速积累,理财、资产管理、私人银行等业务显然已经成为“香饽饽”,为各家银行所青睐。银行开展个人理财服务,不仅能够开拓新的业务和利润增长点,推动银行业务转型和产业结构调整,而且有利于拓展和巩固传统公司的信贷业务。外资银行由于营业网点少、缺乏传统客户资源,难以将存贷款业务作为发展重点,理财业务因此成为其业务发展的重点。

资料显示,尽管我国银行理财市场近年来发展迅速,理财产品发行数量和理财资金规模连年呈几何倍数增长,但包括营销过度、风险错配、信息透明度差、管理能力不足、风险控制能力欠缺等各种问题亦开始显现,颇具误导性的宣传资料和产品说明书充斥市场,超越普通投资者理解能力的产品结构让不少投资者误入歧途。这些问题所引发的投资者不满情绪在2008年初开始集中显现,并导致一些银行在理财业务中面临尴尬。

面对错综复杂的银行理财市场,投资者急需专业评价机构和扶正机制对银行理财市场主体及其业务、产品进行客观评价,对暴露出的问题进行衡量和扶正,对投资者进行风险提示,对银行的资金管理水平、理财服务质量以及理财产品设计水平进行评判,以获得理财行为的判断能力和理财信息的知情权。

在这一背景下,“普益标准”以西南财经大学信托与理财研究所和普益财富的相关数据与研究为基础^②,以排名报告的方式对2008年度银行机构的理财表现进行客观评价。排名报告旨在弘扬先进的理财理念与科学的理财技术,推动银行理财市场的规范、健康和科学发展,促进银行机构和从业人员理财能力的不断提升,为理财行业的发展、理财业务的创新和理财制度的建设提供研究参考与支持,为投资者选择理财的服务银行和具体理财产品提供决策与判断的参考依据。

^① 本报告仅针对银行个人理财业务排名,暂未纳入公司理财业务。

^② “普益标准”“2008年度银行理财市场排名报告”参考了由西南财经大学信托与理财研究所发布的各期《商业银行理财能力排名报告》的指标与数据,因此两者较具相似性。

二、排名的总体思路

“普益标准”根据市场环境和信息完整性，在纵向上将5项指标纳入银行理财能力考核体系^①，其中包括理财产品发行能力、理财产品收益能力、理财产品收益实现能力、理财产品创新与风险控制能力、理财产品信息透明度；在横向上将信贷与票据资产类理财产品、结构性理财产品、证券投资类理财产品以及债券与货币市场类理财产品纳入银行理财业务领域的考察范围，分别从不同领域考察、评价银行的理财业务能力。

因此，本报告对银行理财市场的排名将从银行理财业务综合能力、银行理财业务单项能力、银行主要业务领域理财能力3个方面展开，通过上述5项指标，对各银行进行评价和排名。

在排名技术上，“普益标准”基于金融领域的主流分析与评价方法，通过测算、检验和修正后来确定银行理财能力的排名机制。“普益标准”通过建立排名指标体系，根据各指标对理财能力的决定和影响程度，设立排名权重并建立排名模型。排名权重根据测试、实践的结果进行修正，以历史数据对模型进行测试和检验，在完成测试、检验和修正之后，排名才正式对外推出。

鉴于“普益标准”理财行业评价课题组成员在银行理财业务方面的专业能力、信息收集的完整性以及理财市场环境的变化等因素的局限，“普益标准”排名报告的排名体系和相关模型不可能一蹴而就。随着未来市场环境和监管政策的变化，课题组将联合相关研究机构不断优化排名技术、不断修正排名方法、不断完善排名体系。

^① 由于各类银行机构的特性存在差异，相应理财能力评价指标也有一定差别。

第一章 银行理财能力排名的主要指标与基本框架

影响和决定银行理财能力排名的基本因素包括排名指标的选择、排名对象与范围的确定、排名方法的甄选与技术模型的构建、排名数据的获取与有效数据的筛选等。此外，对影响排名要素的分析和对排名技术必要的修正亦是必须考虑的问题。

“普益标准”正是基于影响和决定银行理财市场排名的以上基本因素，完成了2008年度银行理财市场排名基本框架的构建。

第一节 银行理财能力排名的主要指标

考察银行理财市场的发展状况和评判银行的理财业务能力可以从多个视角进行。“普益标准”基于弘扬优秀理财理念与先进理财技术，推动理财市场规范、健康、科学发展的目的，结合银行理财业务的特点、理财产品的特性和投资者的理念，历时数年，构建了银行理财能力排名的一套完整体系和基本框架。

根据理财市场的实际情况，“普益标准”选择了5项颇具代表性与可操作性的指标纳入《2008年度银行理财能力排名报告》。随着理财市场的发展、条件的允许和技术的提升，“普益标准”将逐渐完善和改进现有的排名体系。

“普益标准”采用的5项银行理财能力排名指标，其主要内容与考量要求如下：

一、理财产品发行能力

对任何市场的考察，最基本的指标均是量，对于银行理财业务的考察亦然。通过量的考察来反映银行理财业务在整个理财市场中的占比和行业地位，是最为直接和有效的方法。

银行理财业务的量反映在理财产品方面，则表现为理财产品的发行能力。在理财产品发行能力指标中，无疑应以理财产品发行数和理财产品募集资金规模作为评价对象。但是，在目前的市场环境和监管政策、法律法规下，银行并未被要求且亦无动机完整地披露本行理财产品的募集资金规模，从而使理财产品募集资金规模这一重要评价要素的有效性受到严重削弱。因此，在理财产品的发行能力中，以理财产品发行数作为对银行理财产品发行能力指标的主要评价要素也是“普益标准”不得不采取的权宜之计。

银行理财产品的发行能力不仅反映了被评价银行近期内在银行理财市场的行业地位，而且映射出被评价银行在理财业务发展中的长远规划和未来优势。因此，在理财产品发行能力指标中，不但要考察报告期被评价银行的理财产品发行数在行业内的份额占比，而且要考察报告期被评价银行理财产品

发行的相对增长能力。

目前，理财产品发行能力指标运用较为成熟，并且能够恰当地反映出被评价银行的行业地位。

二、理财产品收益能力

理财产品收益能力指标以报告期内被评价银行理财产品的实际收益率水平、QDII 理财产品运行表现和证券投资类理财产品运行表现为评价对象，主要考评银行对理财产品的收益管理能力。

理财产品收益能力指标采用报告期内被评价银行到期理财产品的实际收益率水平作为评价要素，通过建立一个比较基准^①，对不同期限、币种和市场的理财产品收益率水平进行了定量分析和评价。

“普益标准”选择商业银行定期存款利率作为比较基准。“普益标准”假定商业银行定期存款利息收入是投资者在无风险条件下的投资收益，并由此推断，在银行理财业务中，投资者因承受不同程度的风险而获得风险溢价的补偿。“普益标准”还假定，同一金融市场上不同期限、不同币种的投资品，扣除交易成本和信息价格后，无风险收益应该基本一致。

基于上述假定，“普益标准”以定期存款利率作为比较基准，以被评价银行在 95% 置信度的 E/I 区间下限和报告期内到期理财产品数作为评价指标，通过对银行在报告期内到期理财产品的收益率水平进行汇总和分析，测算银行理财产品的 E/I 值，并利用模型对 E/I 值存在的币种结构等差异进行修正，从而得到可以基本反映同一理财市场上不同期限、不同币种、不同风险水平下理财产品的收益能力评价数据。

对于 QDII 理财产品和证券投资类理财产品表现的考评，是将银行披露的两类理财产品进行汇总分析，在不同运行期限下，测算整个理财市场该类理财产品的平均收益率水平，以被评价银行该类理财产品的平均收益曲线与整个市场平均收益曲线的偏离度作为评价指标，通过对评价体系内的各指标进行加权，作为考察和度量银行理财产品收益管理能力的另两项依据。

三、理财产品收益实现能力

近年来，面对资本市场收益率水平的上升以及理财市场其他机构的竞争压力，一些银行通过购买和引进小概率期权，设计在“最高收益率”上极具诱惑力的结构性理财产品，在理财产品的预期收益率和预期最高收益率上盲目攀比，相互打压，借此吸引投资者。由于“预期收益率”只是银行根据产品结构和历史数据进行测算得出的估值，而并非到期后理财产品所能够实现的收益率水平，导致银行在理财业务中搞“大跃进”、“放卫星”，让以经营信用为生的一些银行在投资者面前显得“言而无信”。

理财产品收益实现能力指标就是希望通过考评和责罚机制，促使银行理财产品的预期收益率、预期最高收益率的设置能够回归正常估值水平，使预期收益率、预期最高收益率能够成为未来投资者可以获得的现实收益率，相信这亦符合监管部门的监管目标和要求。

在排名技术上，理财产品收益实现能力指标是通过通过对银行到期理财产品的汇总和分析，测算出理财产品的实际收益率和预期收益率之间的比值。按照理财产品的种类分类后，根据理财产品收益实现的难易程度进行赋权，以到期并实现预期收益率水平的理财产品的加权平均数、到期理财产品实际收益率水平与预期收益率水平之间的偏离比重、未实现预期收益率水平的平均偏离程度等作为评价指标，通过对评价体系内的指标进行模型化处理后，最终得到银行理财产品收益实现能力的评价。

该指标只考察和评价浮动收益类理财产品，固定收益类理财产品不在考察和评价范围内。

^① 运用于比较基准和方法的 E/I 值，是西南财经大学信托与理财研究所在《商业银行理财能力排名报告》中独立创设的评价方法。“普益标准”在排名和评价中借鉴并运用了这一方法。

四、理财产品信息透明度

理财产品信息透明度指标用于考察被评价银行在理财产品整个过程中的信息披露情况,包含理财产品的发行信息、运行信息以及到期信息。

相对于证券、基金以及信托等理财产品,银行理财产品信息透明度较低,银行对于理财产品的信息披露基本基于自律行为和商业道德。理财产品信息透明度过低,既不利于监管层、投资者和社会对银行理财业务的监督,也不利于银行理财市场的健康发展。

银行未能完整、准确地公布理财产品的说明书,可能造成投资者对理财产品收益能力和风险水平的误解;银行未能及时、准确地发布理财产品运行状况、理财市场状况以及资金运行报告等信息,可能造成投资者难以获知市场情况,对理财产品的实际状况产生误解。由于这些情形,一些投资者在理财产品出现巨额亏损时难以接受,引致银行和投资者之间的纠纷,并影响到整个理财市场的发展。

理财信息透明度指标正是为了激励银行提高理财信息的透明度,让投资者明白自己交给银行管理的钱是如何管理和运用的,如何赚钱和发生了亏损,商业银行从中收取了多少费用等,以促进银行更好地履行“受人之托,代人理财”的管理人职责,推动整个理财市场的相互学习和共同发展。

“普益标准”一直倡导银行要提高理财产品的信息透明度,让投资者知悉理财资金的运行情况和市场环境的变化情况。理财信息透明度指标运行以来,不少银行加大了理财产品的信息公布力度,提高了理财产品的信息公布频率。可以说,该指标的运用对于推动银行理财市场信息披露工作的进步,促进银行理财业务信息透明度的提升,起到了明显的、积极的作用。

五、理财产品创新能力与风险控制能力

创新一直是金融市场发展的重要动力,自 20 世纪 60 年代以来的金融创新活动推动了西方金融市场的快速发展,推动了银行经营模式的转型,推动了银行理财业务的发展。

尽管国内银行理财市场近年来发展速度较快,政策限制、业务制约、市场浅层竞争、产品同质化等问题仍是银行必须正视的问题,通过创新超越本行现有业务水平和竞争对手已经成为诸多银行开展理财业务的选择。

银行理财市场中的创新不但有理财产品的技术创新,也有理财业务的制度创新以及理财服务理念的创新,这些创新带动了整个银行理财市场的发展。

理财产品创新能力指标的设置,就是希望通过鼓励银行在理财业务中的创新行为和活动,促进和推动国内银行在理财产品设计水平、理财业务服务水平和理财资金管理水平等方面的提升,避免银行停留在同质化、低水平的理财服务层面上。

理财产品创新能力指标的考评要素包括理财产品的投资领域、币种选择、期限设计、结构设计等,需要对报告期内整个银行理财市场中的理财产品进行全面对比和分析。

将风险控制与创新纳入同一指标进行考核,则是考虑了在设计理财产品和开展理财业务中必然面对的创新与风险控制的辩证问题,它们在很多情形下是相辅相成的两个要素。

银行一方面通过创新绕开部分政策的限制,将理财资金的运用领域渗透到货币市场、资本市场以及实业投资领域,另一方面利用 QDII 制度将理财资金的运用领域由境内市场扩展至境外市场。面临庞大而复杂的投融资市场,银行在资金管理过程中必须设立严格的风险监控措施和管理技术,以抵抗市场风险,维护投资者利益,维持银行理财市场的稳定发展。

理财产品风险控制能力指标主要考察银行在理财产品设计中嵌入的风险控制措施,在理财产品运行中实施的风险控制手段,以及风险控制措施和手段的效果,并且根据各类理财产品的特性区别考察,从而推动银行提升其风险控制技术。

尽管本排名报告的体系中倡导银行进行创新,但亦要求银行必须在有效的风险控制措施下进行创

新, 包括对风险管理技术的创新。

因此, 在具体评价和排名过程中, “普益标准” 将理财产品的创新能力和风险控制能力作为一项指标进行考评, 以提倡创新和风险控制的匹配^①。

第二节 银行理财能力排名的对象与基础数据

一、排名的对象与范围

参考西南财经大学信托与理财研究所在《金融时报》发布的“商业银行理财业务综合能力排行榜”, “普益标准” 选择了 60 家银行业理财机构进行了评价和排名, 其中包含国有控股及股份制商业银行 18 家、区域性与城市商业银行 24 家、农村银行业机构 8 家、外资银行 10 家 (见表 1.1)。

表 1.1 2008 年参与商业银行理财能力排名的银行业理财机构

银行业理财机构的性质	银行业理财机构的名称
国有控股及股份制商业银行	中国工商银行、中国建设银行、中国银行、中国农业银行、交通银行、招商银行、兴业银行、中信银行、华夏银行、上海浦东发展银行、中国民生银行、中国光大银行、深圳发展银行、广东发展银行、中国邮政储蓄银行、恒丰银行、浙商银行、渤海银行
区域与城市商业银行	北京银行、上海银行、南京银行、宁波银行、徽商银行、杭州银行、平安银行、大庆市商业银行、广州市商业银行、富滇银行、福州市商业银行、桂林市商业银行、哈尔滨银行、汉口银行、济南市商业银行、重庆银行、重庆三峡银行、厦门国际银行、湛江市商业银行、柳州市商业银行、青岛银行、西安市商业银行、南昌银行、长沙银行
农村银行业机构	北京农村商业银行、杭州联合银行、顺德农村信用合作社、广州市农村信用合作社、上海农村商业银行、深圳农村商业银行、鄞州农村合作银行、成都市城郊农村信用联社
外资银行	渣打银行、汇丰银行、花旗银行、荷兰银行、东亚银行、德意志银行、恒生银行、星展银行、南洋商业银行、华侨银行

资料来源: 西南财经大学信托与理财研究所和普益财富。

《2008 年度银行理财能力排名报告》排名的时间范围为 2008 年度, 即基于 2008 年 1 月 1 日至 2008 年 12 月 31 日的基础数据以及该期限前后的相关数据, 对银行业理财机构的理财能力进行特定时间区间内的行业评价。

二、排名的基础数据来源

银行理财能力排名涉及的基础数据包括与理财产品发行、理财产品运行以及理财产品到期等时段相关的数据。尽管排名数据的时间跨度为 1 年, 从 2008 年 1 月 1 日至 2008 年 12 月 31 日, 但排名报告涉及的相关数据的采集与补充远远超过了这一时间范围。

从 2008 年底开始, “普益标准” 课题组用了半年的时间采集和完善各类数据, 涉及的产品数据时间跨度有的甚至超过了 3 年, 整个排名过程涉及的数据多而且繁杂。“普益标准” 在排名数据的来

^① “普益标准” 的这一安排, 是在借鉴西南财经大学信托与理财研究所于 2008 年 9 月之后发布的《商业银行理财能力排名报告》基础上确定的。

源方面，主要有以下两个渠道：

（一）西南财经大学信托与理财研究所和普益财富提供的数据支持

西南财经大学信托与理财研究所自 2006 年开始收集和整理理财市场数据，至今已建成非常专业的研究型理财市场数据库。以为业界提供专业商用理财数据服务为目标的普益财富，不但拥有迄今国内理财市场最为完整的数据库，而且具备了商用理财数据的开发能力。

由于得到了西南财经大学信托与理财研究所和普益财富的数据支持，“普益标准”得以具备对银行理财能力排名的数据基础。

（二）部分商业银行主动提供的数据支持

部分银行主动向“普益标准”课题组提供了排名所需数据以及协助核实排名数据等支持，使“普益标准”得到了较为准确的、直接的业界数据支持。

三、影响排名的主要因素

影响被评价银行理财能力排名的主要因素包括数据三性、结构性影响、指标稳定性、宏观经济环境等 4 个方面。

（一）数据三性

任何一项排名都必须基于数据的及时性、完整性和准确性展开（简称数据三性）。对于实时性和实用性较强的银行理财市场排名更是如此。在银行理财能力排名中，数据的及时性、完整性和准确性是影响各银行排名位次的重要因素。

数据的及时性可以实时向市场反映出银行的理财能力。银行未及时公布和提供相关理财信息，无疑将导致部分理财数据收集的缺失，从而影响被评价银行在理财能力排名中的位次。

数据的完整性能够真实地反映出银行的理财能力。在理财产品发行能力排名中，部分银行并未完整地披露理财产品发行信息，导致其在排名中理财产品的发行数少于其实际发行数，从而影响其在理财能力排名中的位次；在理财产品收益能力和收益实现能力中，部分商业银行未透露理财产品的到期信息，导致数据不完整，从而影响其在排名中的位次。

数据的准确性将客观地体现银行的理财能力。少数银行信息披露不准确，导致“普益标准”课题组成员不得不对一些杂乱信息进行甄别，对疑问信息进行确认。数据不准确必然影响被评价银行在理财能力排名中的位次。

（二）结构性影响

在银行理财能力排名中，各排名指标的实现结果对于商业银行在综合排名、单项排名和业务领域排名中，均具有较为明显的影响。

由于理财业务综合能力排名、业务领域理财能力排名均分别建立在银行理财业务单项能力排名的基础上，因而各银行的理财业务单项能力排名结果将影响其理财业务综合能力排名和业务领域理财能力排名。

但这种影响的结果并不能通过对各单项排名简单直观地归并加减得出。评分制度下的排名结果是受多重结构影响的，由于指标权重的分布并非完全均衡，前后名次的分值差距并非均等，或者其他被评价银行的排名出现结构性调整，可能出现被评价银行单项排名结果没有发生变化甚至在提升，但理财业务综合能力排名与业务领域理财能力排名却在下降的情形。

（三）指标稳定性

银行理财业务的开展应具有可持续性，才能在理财市场中积累和保持优势。受金融危机影响，2008 年各银行不同程度地减缓了理财业务的发展。在收缩理财业务的过程中，部分银行尤其是外资银行理财业务出现了较大幅度的下滑，这种下滑对被评价银行的理财能力排名具有较大影响。

（四）宏观经济环境

2008年下半年，全球金融危机爆发并渗入到实体经济领域，各国经济或增长放缓，或出现衰退。

在各国应对经济衰退的政策中，大幅降息是一致采用的手段，因此导致固定收益类资产价格下降，引发以此为基础的银行理财产品收益率水平逐渐走低。股票市场、外汇市场以及商品市场均出现剧烈波动，这些市场的金融产品价格大幅下滑使得与这些市场相关的理财产品表现较差，该类理财产品的发行出现明显萎缩。

国内外经济环境的变化导致银行理财业务出现大幅调整，由于不同的银行业务环境以及展业策略的差异，决定了银行理财能力排名位次在国际金融危机影响下的调整。