



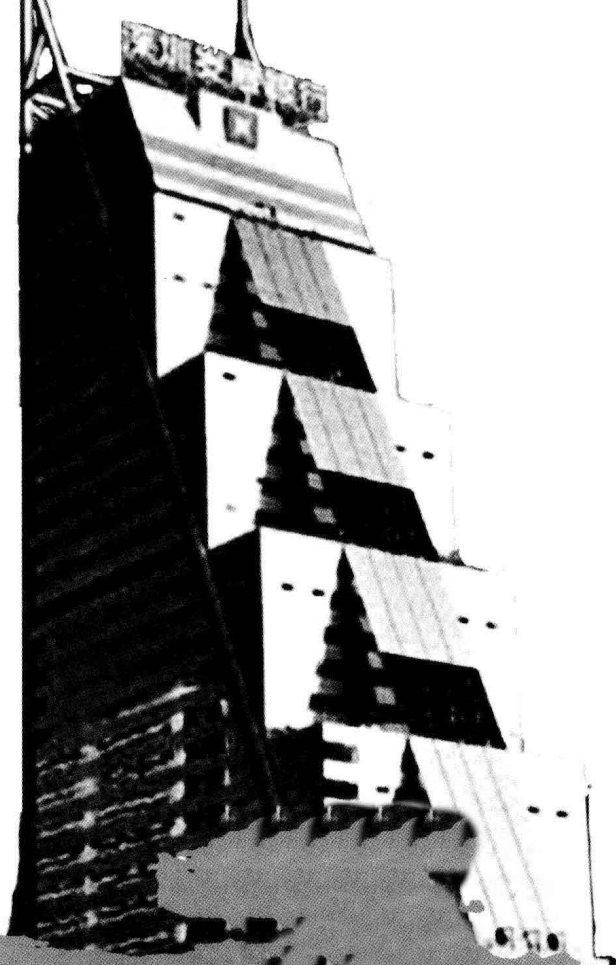
# 零售银行创新

深圳发展银行的理解与实践

LINGSHOU YINHANG CHUANGXIN

SHENZHEN FAZHAN YINHANG DE LIJIE YU SHIJIAN

中国传媒大学 出版社



# 零售银行创新

深圳发展银行的理解与实践

LINGSHOU YINHANG CHUANGXIN  
SHENZHEN FAZHAN YINHANG DE LIJIE YU SHIJIAN

## 图书在版编目 (CIP) 数据

零售银行创新：深圳发展银行的理解与实践 / 本书编委会著. —北京：中国传媒大学出版社，2010. 10

ISBN 978-7-5657-0075-0

I. ①零… II. ①本… III. ①商业银行-经济管理-研究-深圳市 IV. ①F832. 33

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 197619 号

5

## 零售银行创新：深圳发展银行的理解与实践

著 者 本书编委会

责任编辑 李钊祥 刘大年

封面设计 万有文化

责任印制 范明懿

出 版 人 蔡 翔

出版发行 中国传媒大学出版社 (原北京广播学院出版社)

社 址 北京市朝阳区定福庄东街 1 号 邮编：100024

电 话 86-10-654550532 或 654550528 传真：010-65779405

网 址 [http://www. cucp. com. cn](http://www.cucp.com.cn)

经 销 全国新华书店

印 刷 天宇万达印刷有限公司

开 本 889×1092mm 1/16

印 张 10. 5

版 次 2010 年 10 月第 1 版 2010 年 10 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 978-7-5657-0075-0/F·0075 定 价 68. 00 元

版权所有

翻印必究

印装错误

负责调换

# 序 一本为客户而写的书

《零售银行创新——深圳发展银行的理解与实践》这本书用深圳发展银行自身的案例来对零售银行创新规律与趋势进行解读。这种写作方式可以说是一箭双雕：对深圳发展银行而言，通过案例向普通客户介绍了自身的业务；对银行客户而言，则是一本了解银行业务，把握银行业务创新规律，从而令自己更好地利用银行服务的指南。因此，作为本书的一个读者，我乐意向其他和我一样对金融知识涉及不深的人推荐此书。

而作为一个评论者，我更加关注深圳发展银行编写本书的理念——为普通的银行客户而写作。

与那些专业的金融书籍相比，《零售银行创新——深圳发展银行的理解与实践》有三个特点。

第一个特点是语言简洁而通俗。书中尽量避免了专业术语和各种复杂的模型，力求用简单的语言来阐述日益复杂的银行零售业务以及业务的创新。书中用了不少的比喻、故事，试图用一种写寓言的方式来阐述复杂的金融问题。因此，这是一本老百姓能看懂的金融书。

第二个特点是用问题导向的方式进行编写。一般的金融书籍，往往会按照论文的模板来进行写作，在达到科研论文的严密性、完备性等要求的同时，也会在书中

塞入诸如“创新背景”、“历史沿革”等令普通读者昏昏欲睡的内容。而这本书采取的问题导向的写作方式，将火力集中在普通读者感兴趣或者是存在疑问的地方，在消除枝蔓内容的同时更加贴近普通读者的阅读需求。

第三个特点是本书极力营造一种“悦读”的氛围。本书采取了问题导向的写作方式，而在问题的选择方面并没有一味地选择那些严肃的问题，反而选择了不少诸如“能不能只把房子的厕所抵押出去？”以及“信用卡积分返利是不是羊毛出在羊身上？”这一类的问题。这些问题或者有趣，或者尖锐，而相关的回答也是语言幽默轻松，同时又能做到以小见大，把相关问题阐述明白。

坦率地说，相比用大量的广告宣传来吸引客户，这种通过为客户写书来促进银行与客户之间的交流，增进客户对银行创新业务的理解的方式，更加符合零售银行创新的趋势——以客户需求为导向。

因此，在我看来，在这本以深圳发展银行零售银行创新为主题的书中，最大的创新其实应该是这种为客户写书的行为本身。



中国传媒大学广告学教授、博士生导师

2010年8月18日

## 编者的话 了解零售银行

在 2007 年美国爆发的“次贷危机”之中，无数的投资者进入了他们并不了解的次贷市场，无数没有能力支付按揭的家庭在房贷机构以及中介的劝诱下购买了房屋……这个畸形发展的市场泡沫最终破灭时带来的后果，每一个人都亲眼看到了——高高在上的华尔街金融机构轰然倒下，而民众将其斥为“骗子”和“抢劫犯”。

然而从专业角度仔细观察“次贷”，我们不能不承认这是一种构思非常巧妙的金融创新，它将风险层层分散，并让最有能力承担风险的人去承担风险。显然，如果能正常地运作，它必然带来社会福利的增加。

那么，为什么创意良好的“次贷”会导致一场世界性的金融危机？

问题的核心只有两个词——“误用”与“滥用”。

事实上，早在 1998 年，金融学家艾伦和桑托莫罗就在一篇论文中指出：随着金融创新，新金融工具越来越多的同时也将越来越复杂——层出不穷的金融创新使得人们能有效地降低投资风险并提高投资收益，但是这也使得非金融从业人员了解相关金融知识的难度大大增加了——这种学习成本的出现，抵消了金融创新带来的收益，导致人们的最佳选择还是持有种类有限的资产。

随后的十年，金融市场的发展并未遵循这两位学者的建议——越来越多的个人投资者开始涉足他们并不熟悉的创新金融市场。这其中有两个主要的原因：第一，“羊群效应”，少数熟悉金融知识的市场先行者获得的高收益使得其他市场参与者出于逐利目的而盲目跟风；第二，“营销”，金融机构的强大营销能力可以将客户并不熟悉、甚至并不需要的产品销售给他们。

如今，这种由于不断创新而导致的金融“知识不对称”现象在中国也是越来越严重。

30年前，改革开放之初，人们打理自己财务的问题是非常简单的，因为金融机构唯一能提供的服务就只有一种——银行存款。随着中国金融事业的飞速发展，国库券、股票、保险等金融产品开始不断涌现，尤其是国内商业银行开始涉足零售银行业务，针对个人和中小企业客户的新金融产品层出不穷。人们在打理自己的财务问题上有了更多选择的同时，也开始面临一个金融知识不足、备选项太多反而无从选择的困境。

对于这种困境，读者在阅读本书的时候可能会有更加直接的感触，因为这本书中多种多样、令人眼花缭乱的金融新产品，仅仅是深圳发展银行过去五年间的部分成果。随着时间的推移，更多、更复杂、更精巧的金融产品会不断地推向市场，读者可能会发现，选择一款最适合自己的零售银行产品已经变得像“在丛林之中寻路”一般困难！

而从艾伦和桑托莫罗的分析可以看出，要防止金融创新产品的“滥用”，需要金融机构自我克制利用客户的知识缺乏来强行销售产品的逐利冲动，并把心态从销售产品转变为销售客户真正需要的产品；而防止金融创新

产品的“误用”，则需要客户主动地去学习金融创新产品的相关知识，更需要金融从业人员把高深复杂的金融理论从象牙塔中搬出来，用一种浅显直白的语言向大众进行阐述。

简单地说，就是需要金融机构和客户共同努力去消除金融创新带来的“知识不对称”。

深圳发展银行推出的这本书，正是立意于此。

读者可以把这本书当做一本产品手册来阅读，按图索骥地找出最适合自己的金融产品。但是，如果多花一些心思，更加仔细地去体会书中通过案例传达的有关金融创新的思想与思路，那么就不仅可以得到一份当前的地图，还能学到在陌生丛林中寻路的方法。在我们看来，这种“授人以鱼，不如授人以渔”的内容，才是本书最大的价值所在。

零售银行的发展势头不可阻挡。而我们想要生活得更好，获得更多的财务自由，更是无法脱离零售银行的业务支持。

既然如此，为什么我们不借助这本书去了解一下零售银行呢？

|           |   |
|-----------|---|
| 导 论 ..... | 1 |
|-----------|---|

## 资金借贷篇

|                              |   |
|------------------------------|---|
| 第一问 为什么个人要从银行获得个人贷款服务? ..... | 7 |
|------------------------------|---|

-  为什么要借贷消费? 8
-  能从银行贷款创业吗? 10
-  次贷危机是否说明借贷消费的习惯不可取? 12
-  为什么贷款的时候不能全额抵押? 14
-  深圳发展银行的个人贷款业务有何优势? 15
-  上千万甚至上亿的客户数量, 银行能忙得过来吗? 17

|                               |    |
|-------------------------------|----|
| 第二问 为什么银行要提供这么多的个人贷款产品? ..... | 20 |
|-------------------------------|----|

-  银行为什么要对零售产品不断创新? 21
-  有没有可能完全按照客户的需求定制产品? 23

|                                                                                     |                                 |    |
|-------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------|----|
|    | 产品组合与组合产品有什么不同？                 | 24 |
|    | 深圳发展银行个人贷款有哪些产品？                | 26 |
|    | 深圳发展银行众多的产品创新，如何把握其中的规律？        | 30 |
|    | 有可能从银行借钱，但不给银行利息吗？              | 35 |
|    | 每个月还款很麻烦，能一年还一次吗？               | 37 |
|    | 银行个人贷款的限额是如何确定的？                | 37 |
|    | 如何提高自己在银行的信用等级？                 | 38 |
|    | 能不能只把房子的厕所抵押出去？                 | 40 |
|    | 为什么信用卡有那么多的种类？                  | 41 |
|    | 深圳发展银行的信用卡有哪些种类？                | 42 |
|    | 能通融下，帮我办张白金卡充一下门面？              | 46 |
|    | 信用卡积分返利是不是羊毛出在羊身上？              | 48 |
|    | 我不喜欢信用卡积分换取的礼物怎么办？              | 50 |
| 第三问                                                                                 | 如何获得并正确地使用银行的个人贷款产品？ .....      | 53 |
|    | 如何选择最适合自己的个人贷款产品？               | 54 |
|    | 如何预测自己未来的现金流？                   | 56 |
|  | 如何知道自己每月的还款数目？                  | 57 |
|  | 有没有快速获得银行个人贷款的方法？               | 58 |
|  | 如何办理一张信用卡？                      | 59 |
|  | 可以在一分钟之内从银行借到钱吗？                | 62 |
|  | 急需用现金，能用信用卡套现吗？                 | 64 |
|  | 能提前还款吗？                         | 65 |
|  | 信用卡还款有什么途径？                     | 66 |
|  | 在其他银行购买的个人贷款产品，<br>能转换到深圳发展银行吗？ | 68 |

## 投资理财篇

|                                                                                     |                                  |     |
|-------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------|-----|
| 第一问                                                                                 | 为什么要通过银行来进行投资理财? .....           | 73  |
|    | 为什么要进行投资理财? .....                | 74  |
|    | 为什么要通过银行来进行投资理财? .....           | 75  |
|    | 金融市场的很多领域不对个人开放,我能从中赚钱吗? .....   | 76  |
|    | 100 块能进行投资理财吗? .....             | 78  |
|    | 新股中签率太低,有办法没有? .....             | 79  |
|    | 低碳经济这么热,有这方面的理财产品吗? .....        | 81  |
|    | 个人有机会投资那些优质信贷吗? .....            | 84  |
|    | 理财产品通常期限长,有适合短期资金的投资对象吗? .....   | 86  |
|    | 深圳发展银行的理财产品有什么优势与特点? .....       | 87  |
|    | 基金篮子是什么? .....                   | 91  |
|    | 基金这么多难以选择,有什么办法没有? .....         | 92  |
|    | 深圳发展银行的黄金理财产品有什么特点? .....        | 94  |
|    | 在深圳发展银行存款能拿金条做礼物? .....          | 96  |
|    | 深圳发展银行的金娃娃系列产品有什么优势? .....       | 98  |
|  | “聚金宝”个人贵金属延期交易业务的特点是什么? .....    | 100 |
|  | 深圳发展银行的黄金交易支持 T+0 与 T+D 吗? ..... | 104 |
| 第二问                                                                                 | 理财产品众多,如何选择? .....               | 106 |
|  | 如何选择最适合自己的银行理财产品? .....          | 107 |
|  | 为什么购买理财产品前要填问卷? .....            | 109 |
|  | 有没有零风险的银行理财产品? .....             | 110 |
| 第三问                                                                                 | 不买银行的理财产品也能利用银行的投资平台吗? .....     | 113 |
|  | 为什么银行会让其他金融机构的产品在自己营业厅销售? .....  | 114 |
|  | 什么是“聚财宝”现金增利计划? .....            | 115 |

-  什么是基金智能定投？ 116
-  汇率波动这么大，有机会从中赚钱吗？ 117
-  行情不好，常常空仓，这保证金能生息吗？ 119
-  众多的理财产品与工具，如何整合？ 120
-  “支付宝发展卡”及卡通业务有什么功能？ 122

## 增值服务篇

第一问 银行为什么要为零售客户提供增值服务？ ..... 127

-  银行为什么要将客户分层管理？ 128
-  VIP 客户享受的增值服务是不是普通客户在买单？ 129
-  “客户介绍客户”是什么？ 130

第二问 深圳发展银行能为零售客户提供哪些增值服务？ ..... 132

-  “天玑财富”是什么？ 133
-  “天玑财富”会员能获得哪些增值服务？ 137
-  “天玑财富”会员能获得什么优惠？ 141
-  享受银行增值服务的门槛是在提高还是在降低？ 142
-  深圳发展银行的理财师与理财咨询服务有何特点？ 143
-  任何问题都可以从 95501 获得解答吗？ 146
-  证券公司定向资产管理托管服务是什么？ 148
-  “私募管家”是什么？ 149
-  如何保证网络银行等服务的资金安全？ 151
-  为什么说一个客服就是一个深圳发展银行？ 153

后 记 ..... 155

## 导 论

《零售银行创新——深圳发展银行的理解与实践》这本书的推出，最初的目的是对深圳发展银行零售银行业务创新做一个总结。但是，我们很快就发现，如果仅仅是把深圳发展银行零售银行业务创新做一个回顾，那么本书就很容易变成一本产品介绍手册；如果深入地探讨产品创新背后的机理与规律，那么本书就容易变成一本教科书……几番讨论之后，我们决定回归到零售银行为顾客服务的本质上去，也就是说，我们决心为深圳发展银行零售银行的顾客以及潜在顾客写这本书。

事实上，我们在日常工作中发现，零售银行的主要服务对象是个人和中小企业。个人和中小企业不像大企业那样配置专业的财务人员，因此零售银行在提供产品与服务时，必须以客户完全不具备金融知识为基本的假设前提——我们不能将我们的客户默认为专业的金融从业人员，从而导致银行在提供服务时出现双方沟通理解上的误差。

随着深圳发展银行零售银行孜孜不倦地进行理财产品创新，越来越多设计精致、构思巧妙的产品层出不穷。但是在实践之中我们发现，因为产品创新的精致与巧妙，要做到完全理解这些产品的设计机理与用途就需要专业的金融知识，这导致我们与客户之间的沟通慢慢变得困难，甚至影响了一些产品的销售。

其实，深圳发展银行零售银行一直在努力强化银行与客户之间的有

效沟通，努力地向客户购买到最适合他们自己的产品——我们为“金抵利”、“聚财宝”、“聚汇宝”等理财产品取了通俗易懂的名称，希望能让客户对这些产品的功能产生直观的认知；我们建立了“天玑财富”高端财富管理品牌，并引入先进的客户关系管理体系，希望能强化银行与客户之间的相互理解；我们重整了新一代发展卡系统，并赋予发展卡多种理财功能，希望能通过私人理财产品的“集成”方便客户的产品选择……但是，这一切显然还不够。

我们不少同事会接到亲朋好友打来询问有关银行零售新产品的咨询电话；一线销售人员以及深圳发展银行服务热线 95501 也会转来客户提出的有关产品创新方面的各种问题。因此，我们感到，如果有一本书，能够让客户全面了解深圳发展银行零售银行业务创新就好了。

《零售银行创新——深圳发展银行的理解与实践》这本书的编写给予了我们这样一个机会。

我们希望这本书能成为深圳发展银行零售银行与客户及潜在客户进行有效沟通的桥梁。希望读者能对深圳发展银行零售银行的产品有一个全面的了解，同时也能对零售银行产品创新的基本原理有一个清晰的认识——因为“授人以鱼不如授人以渔”。将来，零售银行的产品还将层出不穷，而掌握了零售银行产品创新原理的客户们，必将因为能与银行进行有效沟通而享受到更好的服务。

为了上述两个目的，我们创造性地将本书设定为“问题—解答”的模式，通过对各种零售银行问题的解答，较为全面地将深圳发展银行零售银行的全貌勾勒出来。同时，我们将提问分为三种：一种是涉及零售银行产品创新的原理性问题；一种是对深圳发展银行零售银行产品创新的介绍性问题；还有一种是我们的服务热线 95501 转来的一些有趣而饱含深意的问题。在书中，我们用三种图标对这些问题进行了区分：

，渔夫的图示，代表涉及零售银行产品创新的原理性问题；

，鱼的图示，代表对深圳发展银行零售银行产品创新的介绍性问题；

，深圳发展银行服务热线服务人员的图示，代表由 95501 转来的

趣问。

我们真诚地希望，《零售银行创新——深圳发展银行的理解与实践》这本书能够让我们的客户与潜在客户对深圳发展银行的零售银行产品与服务有更多的理解，因为：

客户与零售银行之间的相互理解，是更优质服务的基石！



---

## 资金借贷篇

ZI JIN JIE DAI PIAN

---