

金融市场策略学

JINRONG SHICHANG CELUE XUE

谭立刚 著



中国金融出版社

金融市场策略学

谭立刚 著

中国金融出版社

(京)新登字 142 号

· 责任编辑：程建国

金融市场策略学

谭立刚 著

*

中国金融出版社出版发行

新华书店经销

北京印刷一厂印刷

*

850 毫米×1168 毫米 1/32 7.75 印张 195 千字

1993 年 10 月第一版 1995 年 10 月第一次印刷

印数：1-1000

ISBN 7-5049-1149-6/F·742 定价：7.00 元

前 言

金融市场策略学是将市场学的原理与金融业务和金融市场的活动相结合，专门研究金融市场策略的学科。人类是智慧的化身，早在公元以前就能运用策略科学，如《孙子兵法》至今犹为世界各国传颂。本书不是市场学的翻版，与目前我国 30 多种有关市场学的著作，没有丝毫雷同之处；但它与市场学有密切的关系，也有它自己的特点，有独立的篇章。本书对策略与政策的关系和区别，对我国金融企业的经营思想发展过程，对金融企业经营规律的认识作了独创性的概括。全书重点是分章阐述金融十大策略，即资金策略、利率策略、存贷款策略、金融宣传策略、社会保险策略、征信与咨询策略、租赁与信托投资策略、货币发行与外汇控制策略、金融管理策略与开办外资金融机构策略。当然，金融十策只是无数金融策略的高度概括，本书实际上已涉及金融各个方面的策略，它不脱离各项金融业务活动，又没有重复金融业务的内容。它是为各专业金融机构、各专业金融工作者、各种类型的资金供给者、需求者、中介者出谋划策的学科，也是为参加金融活动的各类企业、单位和个人出谋划策的学科。所以本书可以作为一切参加金融活动的企业、单位、个人的忠实参谋和朋友，同时本书也可以为国际金融界人士们提供借鉴，可以对照各国的具体条件来运用本书所介绍、概括的各项策略。

当然，一门新学科的诞生，一本新书的问世，决不能十全十美，还有它不完善、不透彻、不深刻的地方，本书虽经四次删改，两次抄正，犹感不足。所以，需要有志于发展这项新学科的同道之士，共同补充、修改和深化。著者水平有限，经验缺乏，见闻

浅陋，在本书叙述中难免存在许多瑕疵，敬请读者多多赐教。

著者从1982年开始执教市场学，先后两次参加全国银行中专的《市场学基础知识》统编教材编写工作，自编与银行业务相结合的《金融市场学概论》讲义，并从各方面搜集资料，作了3年准备，于1986年取得中国金融出版社的支持后，开始了本书的著述，经过两年半的撰写过程，才得完成本书的初次正稿，在1991年又做了最后一次加工删改。在写作过程中，首先要感谢先师朱剑农教授生前对我的指教，通阅了我的讲义和本书的编写提纲，对内容提出了良好的意见，可惜先师已逝，无法看到本书的出版，只能告慰于泉下了。其次要深谢中国金融出版社，该社先后有秦池江、李守荣、兰冰、邓瑞锁诸位同志，几次来湘当面帮助，一起研究提纲，并审阅内容，提出具体修改意见，给予鼓励。最后要说明一下，本书的形成有一多半是我老伴陈韧琴同志促成的，她不仅支持我的研究和著作，而且一直同心协力，校阅鼓励，不顾年近古稀的高龄，为我两次抄正书稿。没有各方面人士，对这本书的支持和帮助，这本书是很难问世的，特此致以衷心的感谢！

著者谨白

1988年5月27日初稿

1991年11月8日重改

目 录

前 言	(1)
第一章 金融市场策略学的基本内容	(1)
第一节 金融市场的概念和分类	(1)
第二节 金融市场策略学的对象和性质	(11)
第三节 金融市场策略学的范围和内容	(17)
第二章 制定金融策略的依据	(24)
第一节 政策与经济依据	(24)
第二节 经营思想和经营规律	(31)
第三节 制定金融策略的相关因素	(40)
第三章 资金策略	(49)
第一节 资金策略的基本内容	(49)
第二节 长期金融市场资金策略	(55)
第三节 短期金融市场资金策略	(66)
第四章 利率策略	(76)
第一节 利率策略的基本内容	(76)
第二节 利率策略的政策依据	(81)
第三节 利率策略的实施方法	(92)
第五章 存贷款策略	(96)
第一节 存贷款策略的基本内容	(96)
第二节 存储策略	(101)
第三节 贷款策略	(113)
第六章 金融宣传策略	(119)
第一节 金融宣传策略的基本内容	(119)

第二节	储蓄宣传策略·····	(127)
第三节	贷款宣传策略·····	(131)
第七章	社会保险策略·····	(134)
第一节	社会保险与金融市场的关系·····	(134)
第二节	社会保险与承担风险策略·····	(136)
第三节	社会保险策略·····	(141)
第八章	征信与咨询策略·····	(153)
第一节	征信与咨询策略的一般内容·····	(153)
第二节	征信策略的内容和方法·····	(156)
第三节	咨询策略的内容和方法·····	(169)
第九章	租赁与信托投资策略·····	(179)
第一节	租赁策略的内容与方法·····	(179)
第二节	信托投资策略的内容与方法·····	(187)
第十章	货币发行与外汇控制策略·····	(192)
第一节	货币发行与外汇控制策略的一般理论·····	(192)
第二节	货币发行策略·····	(195)
第三节	外汇控制策略·····	(203)
第十一章	金融管理策略·····	(208)
第一节	金融管理策略的基本内容·····	(208)
第二节	中央银行管理策略·····	(213)
第三节	专业银行融资策略·····	(217)
第四节	金融机构内部管理策略·····	(221)
第十二章	国内开办外资金融机构策略·····	(228)
第一节	外资金融机构存在的一般理论·····	(228)
第二节	外资金融机构策略·····	(236)

第一章 金融市场策略学的基本内容

本章为综合性论述,着重说明金融市场策略学的研究对象,它所包含的研究范围及其与市场学的关系。金融市场是商品市场中的一员,是在商品市场中活动并从中派生的;金融市场策略学也是市场学中的一员,也是从市场学中派生出来的,所以是部门市场学。

第一节 金融市场的概念和分类

本节主要介绍金融市场的各种解释和它的客观内容,金融市场的分类及其作用。因为只有正名之后,才能更进一步理解金融市场策略学的形成和发展。

一、金融市场的概念和分类

(一) 金融市场的概念

金融市场一词,中外各家解释不一。在我国市场体系中,它尚处在形成和发展阶段,对它的认识也很不一致,有的地方也名曰资金市场。自1986年8月沈阳开放第一个“证券市场”以来,上海、重庆、武汉各个大、中城市已相继开放金融市场(或叫资金市场),这是社会主义市场经济发展的客观必然性。

金融市场是随商品市场的发展逐步形成和发展的。以英国为例,证券市场产生于1670年,保险公司成立于1687年,而英格兰银行(英国的中央银行)成立于1694年,直至19世纪初英国伦敦的金融市场才逐渐成为国际金融市场中心。美国的金融市场

是第一次世界大战之后才正式形成，发展到第二次世界大战之后，美国纽约逐步取代英国伦敦而成为世界金融市场的中心。金融市场的定义，说法不一，要得到比较科学的概念，必须引用几家有代表性的解释，来进行比较。

1. 各种解释

《辞海》对金融市场的概括是：“资本主义社会中，一定地区内对借贷资本的供给和需求的关系”。《现代货币银行学》的命题是：“债权人与债务人互相接触，和各种不同金融工具或证券易手的场所”。台版杨氏的《金融市场》解释是：“使金融工具之供给与需求者互相结合，共同决定资金价格（通常为利率或收益率）而进行交易的场所”。该书在介绍英、美对货币市场和资本市场的不同看法之后，又解释为“是以金融工具为交易对象之市场”。最后又归纳金融市场是泛指进行资金融通的场所。在美国，有人认为金融市场是资金供求获得最后调整的场所。各家说法虽不一致，但有一个共同点，即金融市场是一个商品交易之外的特殊市场，是进行金融（信用）工具交易的场所。

2. 综合解释

究竟什么是金融市场呢？综合各家意见，比较准确和客观的解释，应该是：“金融市场是资金与信用供求调节的场所”。其理由有三：

第一，资金与信用是金融市场活动的内容。资金包括货币资金（含现金），也包括商品资金和生产资金；既包括固定资金，也包括流动资金。两者都有需求和供给双方，都要实现本身的目的，都必须通过一定的场所来相互交换、满足各自需求。金融市场的产生、存在和发展就是在适应资金供给者和需求者的要求不断实现的过程中进行的。信用是指各种信用工具及其交换行为，各种信用工具的活动，构成金融市场交易的实体。商品市场一般是以商品活动为其内容的，金融市场则以资金与信用来概括其活动内

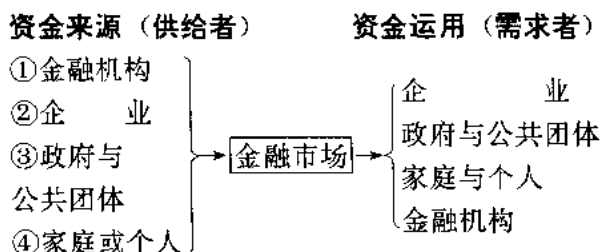
容是比较科学的。

第二，供求调节。调节二字，《辞源》解释为协调、调整。这里除了上述两义之外还含有流通、交换的意义在内。《辞源》在解释“调节”二字时，引用白居易的《策林》一文中：“王者平均其贵贱，调节其轻重，使百货流通，四人交利”。显然白氏长庆集中这段话是对市场、对商品来讲的，含有交易、平价、均输的意义。这个含义，也可以借用到调节资金和信用的供求方面。

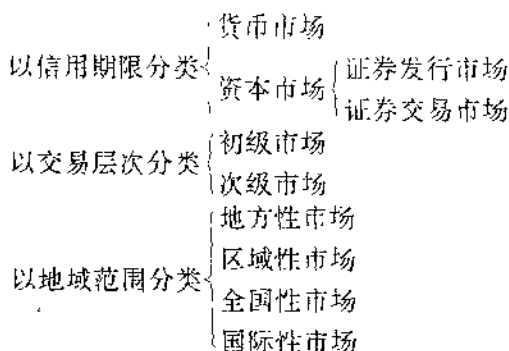
第三，这里所指的场所既是实的又是虚的。金融市场是信用工具进行交换的地方，如证券交易所，但信用工具的交换也不受地域、场所的限制，供给与需求双方可以相隔数千里，通过现代电讯工具，一语成交。所以金融市场不同于商品市场，它既不受地域的限制，又不受时间的约束；既是实的，又是虚的。

（二）金融市场的几种分类

按照金融市场活动的内容来分析，可以更进一步说明它是资金与信用供求调节的场所。金融市场既要满足供给者（或信用工具购买者）需要（来源的需要）；又要满足需求者（或信用工具发行者）需要（运用的需要）。它与资金来源和运用的关系，可以用简图示意：



在调节活动中，由于信用工具的期限、层次、地域不同，因此金融市场又形成各种分类的方法，其中主要是按期限分类，它实质上代表了金融市场的全部内容。金融市场分类方法以简表示意如下：



1. 货币市场

货币市场也叫短期金融市场，是融通短期信用工具为内容的，包括短期国库券、银行本票、商业票据、可转让存款证、同业拆借、汇票等形式。所谓短期、长期之分，一般是以1年为依据，1年（含1年在内）以下者为短期，1年以上者为长期。货币市场是短期信用交易的市场，是金融市场的组成部分，它不可能代表整个金融市场的活动，所以货币市场只能称为短期金融市场。

货币市场的解释也各有不同，美国那德乐认为：货币市场乃是短期资金的需求与供给互相会合的中心。英国的克劳哲氏则认为：货币市场是各种近似货币交易的公司和机构的总称。实质上，货币市场是：短期资金与信用供求调节的场所。

2. 资本市场

资本市场在国际金融市场中又称资金市场，是融通长期信用和资金的场所。在资本市场进行交易的信用工具主要包括企业股票、公司债券、政府公债等。期限在1年以上的信用工具，大都用于开创新企业或扩大设备投资，政府公债一般用于社会重大建设方面。长期金融市场，其信用工具一般由企业发行，或委托银行发行，以有价证券方式来聚集资金。资本主义国家的企业证券是可以转让的，所以资本市场下面又分为两个子市场，即证券发行市场和证券交易市场。其中，证券交易一般是通过证券交易所

来进行的。在资本主义金融理论界有一种意见，要将证券交易市场从资本市场中划分出来，单独形成市场，但一直未能成事，多数人认为证券市场是资本市场中不可分割的一部分。我国资金市场内容目前范围较小，集散活动正在展开，长期信用活动主要表现形式是国库券、银行定期存单及1年期以上的信贷等。

3. 初级市场和次级市场

初级市场是指资金需要者发行短期或长期信用工具，资金过剩者买入信用工具的行为，都是原始的发行与购买行为。次级市场是购进信用工具后，因需要资金再行售出或转移信用工具的行为。

1. 地域市场

只有疆域大而金融机构单一组织的国家才存在地方、区域、全国性金融市场之分。如美国除纽约外，尚有芝加哥、旧金山、圣路易等区域性金融市场。而英国金融机构采用分支行制，除了伦敦为全国性的金融市场外，很少有地方性或区域性的金融市场。在我国，除北京为全国金融市场中心外，按经济与金融发展的前景，及经济与金融历史的习惯看，上海将成为我国区域性的金融中心，沈阳、武汉、重庆、广州也可能逐步形成区域性（或地方性）的金融市场。国际金融市场，一般是交通发达、工业生产水平高、币值稳定、国际贸易比重较大的国家和地区。如伦敦、纽约早已成为国际金融市场中心，本世纪70年代以后，日本的东京、南亚的新加坡、我国的香港都逐步形成了国际金融市场中心之一。预计我国上海从90年代到本世纪末也将成为国际金融中心。

（三）金融市场的作用

金融市场对促进我国社会主义商品经济的发展有四个方面的作用。

1. 满足资金需求者需要

金融市场的存在，使资金需求者找到了新的社会来源，可以

通过发行长期或短期信用工具获得所需要的资金。由于资金需求者能从金融市场获得资金，满足企业生产发展的需要，所以金融市场对社会经济的发展是有利的。改革开放以前，我国的一切信用工具和信用活动都集中于国家银行，连商业信用也被禁止。企业依靠财政拨款和银行信贷，不必从金融市场搜集资金，所以没有发挥金融市场的这种作用。既然已摸索到我国社会主义经济发展的道路，是在公有制基础上有计划的发展商品经济，则金融市场满足资金需要的作用将会逐步显示出来。

2. 提供资金投放对象

金融市场能为资金供给者找到有利的资金运用途径。金融市场的存在既可提供临时资金过剩者通过货币市场购买短期信用工具的方便；又可提供长期资金拥有者通过资金市场购买股票、债券的方便。两个方便都是以资金投放者为服务对象的，都是由信用工具发行者或通过中介者提供的。在提供这两个方便时，必须考虑资金供给者的利益及其心理作用。我国对社会闲散资金的聚集，长期以来只开展独家活动，即由人民银行办理储蓄业务来聚集资金。自农业银行分立，工商银行组成之后，在聚集闲散资金方面才开展了竞争，但还没有将两个方便列入金融界的议事日程。现在国家已准许邮电部门办理储蓄业务，则竞争不可避免，如何提供两个方便，在策略篇章中再行详述。

3. 调节资金的要求与供给

资金供给者和需求者通过金融市场能够相互调剂，同时还能通过金融市场调节国内各地资金的供求需要。金融市场的存在对资金起了有效集中和适当分配的作用。由于金融市场能使资金集中，提高了资金运用的效率，也由于金融市场的活动能够适当分配资金，减少了资金的拥塞和不足。资金需求者和供给者双方都能从金融市场实现自己的目的，调节了双方的需要。通过金融市场，还可以使资金剩余地方向资金不足地方调剂，这就推动了整

个社会的资金融通和经济发展。

4. 促进金融的发展

在资本主义国家，金融市场的存在可以促进经济发展，也可以导致经济危机，如水之与舟，既可以载，又可以覆。我国是公有制为基础的社会主义国家，不存在产生相对过剩的经济危机的条件，但也必须因势利导，使金融市场的存在和成长有利于金融的发展。我国近几年来，由于国家执行正确的政策，金融业务大大发展，金融机构不断增加和扩大，人民银行已履行中央银行的职责，各专业银行之间的联系和竞争逐步发展，金融市场的开放更能促进金融工作的发展。

二、金融市场与商品市场的关系

金融市场实质上也是商品市场体系中的一部分，不过它所经营的商品是一种特殊的商品，这种特殊的商品就是货币。它不能直接满足消费者的物质需要，却是消费者取得物质需要的必备条件，直接影响商品的交换。货币只有在用于购买生产资料、支付生产和流通费用时，才由一股等价物转化为资金形态。资金运动就是金融市场的主要内容，又与商品市场有着密切的关系。

（一）金融市场与商品市场的区别

金融市场与商品市场是有区别的，不仅是活动内容、对象不同，而且活动的方式、责任也不同。

1. 交换对象不同

商品市场是以商品交易为对象，直接为满足消费者物质需要服务，商品交易带来实物流转，在商品交易的同时，还有因实物流转而为消费者需要服务的其他活动。金融市场则是以信用工具为交易的对象，直接为满足资金供给者与需求者的需要服务，主要引起资金的融通，所以金融市场必须开展资金供给、需求、中介三个方面的服务活动。商品市场以组织商品生产和流通满足消费

(生产消费与生活消费)需要为职责：金融市场以便利资金融通为主要任务。

2. 交易的形式不同

商品市场有固定的场所，有无数的店铺，陈列着千万种商品，可以任消费者选择，商品经营者必须研究适销对路的策略和目标市场的策略。金融市场则是一个抽象的市场，除证券交易所有一定的场所外，其他信用工具的交易，都可以通过中介人或用电话联系方式，有时交易双方甚至相距千里之外，也不受限制。前者通过各种促销活动，产品竞争以吸引消费者为目的；后者则以经营信誉，促使供求双方融通资金为目的。

3. 交易双方的职责不同

商品市场的商品经营者必须对购买者负责，包括售前、售中、售后都有一定的责任，一般以实行“三包”等服务方式来取得消费者的信赖。金融市场只认信用工具，不认发行者或持有者，信用工具交易双方甚至不予谋面，不发生接触。所以不存在对持有人的信赖问题，只存在对信用工具的信赖问题。

4. 交易的策略不同

商品市场在竞争中对同行有保密性，所以搜集商品信息（情报）极为重要，根据情报才能制定各项经营策略。不同地区的商品市场存在着消费需求、产品价格、购买方式的差异，谁先得到情报，就能占有优势。金融市场则是公开市场，利率和价格是标准化的，众所周知，参加活动者一律平等，当然中介者也有对委托人保密的责任。为便于资金流转，也要制定各项金融策略，虽然全国各地之间的利率、价格差别很小，但资金供求的时间差别却很大。

（二）商品市场与金融市场相互依存

马克思曾经指出：“货币经营业，即经营货币商品的商业，首

先是从国际交易中发展起来的”。^①这也说明经营货币商品的市场，是随着商品市场的发展而发展的，所以商品市场的发展就是金融市场形成的前提。两者相互依存的关系可以从以下两方面分析。

1. 商品市场的发展促进金融市场的形成和发展

马克思说过：“随着商品流通的发展，使商品的让渡同商品价格的实现在时间上分离开来的关系也发展起来”。^②商品让渡与价格实现的时间差距，说明了商业信用的产生是因商品市场发展而来的，直至19世纪末20世纪初金融市场才逐步形成。我国信用工具的产生也比较早，而金融市场形成却很迟。唐代即有“柜坊”、“飞钱”，宋代有“交子”、“钱引”、“会子”，此后典当业、钱庄、票号发展起来。1853年，清代设官银局，光绪末年各省的官银局发展为各省的省银行。所以，没有商品市场的发展，金融市场就不可能产生和发展。

2. 金融市场的存在促进了商品市场的发展

金融市场的存在便利了资金供求双方的需要，加速了资金的聚集和流通，更有利于商品经营企业资金的周转。所以从19世纪末到20世纪中叶，商品市场由生产为导向，经历销售导向转向以消费者为中心的时代，使商品市场达到了发展的新阶段。金融市场发展已逐步形成了几个大的国际金融市场中心，资本（资金）在世界范围内转移，更促进了世界各国商品市场的发展。

我国社会主义市场经济的发展，使我国金融市场也正在逐步形成和完善，更进一步加速资金融通，必然也反过来促进商品市场的发展。近年来，我国企业界的流动资金感到供求紧张，有人主张开辟金融市场，使企业多渠道地开辟资金来源，开展债券及股票等信用工具的流通活动。这就是从开放金融市场来促进商品

① 马克思：《资本论》第3卷，第354页。

② 马克思：《资本论》第1卷，第155页。

市场的想法，是符合社会主义商品经济发展的客观必然性的。我国金融市场的形成和发展，一定能促进商品市场的兴旺发达。

（三）金融市场与商品市场存在着一定的矛盾

金融市场与商品市场虽是一个体系，有密切的联系，但它们毕竟是两种不同性质的市场，经营着不同的商品，服务着不同的对象，两者之间是存在着一定的矛盾的。

1. 两者在资本主义社会的矛盾

金融市场的存在和发展，使资本主义社会中食利阶层增加，金融投机者有滋生之源和逞凶之地。列宁指出过：“资本的占有同资本在生产中的运用相分离，货币资本同工业资本或生产资本相分离，全靠货币资本的收入为生的食利者同企业家和其他一切直接参与运用资本的入相分离”。^①这几个分离不仅产生了食利者，而且也是资本主义金融市场与商品市场发生矛盾的根源，它带来以下几个流弊。

第一，在景气与繁荣时期预伏崩溃的危机。由于繁荣而导致资本供求双方的乐观，大量发行与交易证券，过度信用扩张，导致物价上涨、通货膨胀，造成信用崩溃，成为经济危机的根源之一。第二，在景气下降、经济衰退时期加速经济恐慌。由于经济衰退而使资本供求双方产生悲观，紧缩投资，吐出信用工具，收回资本，双管齐下压力巨增，使信用工具交易价格下跌，甚至跌到惨不忍睹的局面，经济恐慌迅急来临，为经济危机推波助澜。第三，对国民经济造成紊乱。金融市场起伏不定，货币供应量时增时减，商业不断升沉，这些不稳定情况扰乱了国民经济的正常活动和正常发展。

2. 两者在社会主义国家中的矛盾

社会主义的商品经济是公有制为基础的有计划的商品经济，

^① 《列宁选集》第2卷，第780页。