

银行保险

——一种新的金融制度安排

尧金仁 著

作为全球经济一体化的产物以及一种新的金融制度安排，银行保险已经成为当今国际金融保险业的重要发展趋势之一。在这一趋势的影响与推动下，中国的金融保险业将何去何从，本书将带给您全新的视角。

4

Bancassurance

*A New Institutional Arrangement
For Finance*

中国经济出版社
www.economyph.com

f830.2
Y295

银行保险

—— 一种新的金融制度安排

江苏工业学院图书馆
藏书章

中国经济出版社

144K83/07

图书在版编目(CIP)数据

银行保险——一种新的金融制度安排/尧金仁著. - 北京:中国经济出版社,2003.5

ISBN 7-5017-5930-8

I. 银... II. 尧... III. 银行-保险业务-研究 IV. F830.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2003)第 024197 号

银行保险——一种新的金融制度安排

尧金仁 著

出版发行: 中国经济出版社 (100037·北京百万庄北街3号)

网 址: www.economyph.com

责任编辑: 邓媛媛 (电话:13910081980) daiyai@btamail.net.cn
www.ebooker.com.cn

责任印刷: 张江虹

封面设计: 侯明

经 销: 各地新华书店

承 印: 三河市欣欣印刷有限公司

开 本: A5. 印张:5 字数:150 千字

版 次: 2003 年 6 月第 1 版. 印次:2003 年 6 月第 1 次印刷

印 数: 3000 册.

书 号: ISBN 7-5017-5930-8/F·4779

定 价: 15 元

版权所有 盗版必究 举报电话:68359418 68319282

服务热线: 68344225 68353507 68341876 68341879 68353624

目 录

序.....	1
绪 论.....	3
第一部分:有关银行保险的几个概念	3
第二部分:银行保险的发展	8
第三部分:银行保险在中国发展的回顾与前瞻.....	14
第一章 银行保险的起源与发展	24
第一节 银行保险的起源与推动因素	24
第二节 银行保险的发展及其评价	31
第三节 银行保险可能产生的问题及对中国的启示	37
第二章 发达国家和地区银行保险的发展状况	42
第一节 银行保险在欧洲的发展状况	42
第二节 银行保险在北美和拉美区域的发展状况	46
第三节 银行保险在东南亚区域的发展状况	47
第四节 银行保险在特殊经济区域南非的发展状况	51
第五节 个案研究:法国和瑞士的银行保险发展状况.....	52
第三章 银行保险的竞争优势与战略实践及发展模式	62

第一节 银行保险的竞争优势	62
第二节 银行保险的战略实践	66
第三节 银行保险的发展模式比较	70
第四章 银行保险发展环境比较及我国发展模式选择	75
第一节 世界各国银行保险发展环境的比较分析	75
第二节 我国银行保险发展的环境分析	80
第三节 我国银行保险业发展的模式选择	83
第五章 银行保险在中国发展的回顾与前瞻	88
第一节 银行与保险交叉销售的优劣势比较	88
第二节 我国银行保险的法制环境、监管环境及发展简况	91
第三节 我国发展银行保险的现实意义	93
第四节 创造条件,大力发展我国的银行保险业	102
第六章 多元化金融服务集团:金融服务业组织模式的必然选择.....	109
第一节 金融服务业的变革态势	109
第二节 多元化金融服务集团的产生与发展	120
第三节 多元化金融服务集团的组织模式与管理架构	129
第四节 多元化金融服务集团的管控与监管	132
后 记	143
附件一:保险代理机构管理规定	147

序

郑功成

自1985年开始教授与研究商业保险起,近二十年来目睹了中国保险业的成长进程。我欣喜地看到了中国保险业借市场经济的东风得到了持续的发展壮大,也看到了中国保险业存在创新不够等诸多问题和发展障碍。因此,研究中国保险业的发展问题,尤其是研究国际上金融保险业的发展趋势,对中国保险业的成熟与发展便具有了独特的现实意义。我注意到,从国际视角出发,银行保险作为全球经济一体化的产物以及一种新的金融制度安排,已经成为当今国际金融保险业的重要发展趋势之一。在这一趋势的影响下,我国也出现了银行保险热,这是我国银行业和保险业在应对加入世贸组织后的挑战所作出的理性选择,也是为下一步迎接更加激烈的国际竞争所作的必要准备。如何借鉴国外银行保险的成功经验,并采取切实可行的措施促进银行保险的深层次发展,使之真正起到提升我国金融保险业综合竞争力的作用,正在成为我国银行、保险理论界、实务界及监管部门的热门话题。然而,也许是孤陋寡闻,我又确实还未发现过这方面的中文专著问世。

当尧金仁先生将他的这部有关银行保险问题的著作寄到我的手中后,我粗略的翻了一遍,便感觉到它的客观价值。一方面,它是一本银行保险方面的普及性著作,给读者较为详尽地介绍了银行保险这一新兴金融制度安排的基本知识;另一方面,它又是一部包含有作者自己见解在内的探索性著作,它通过对银行保险发展模式等的研究和对多元化金融服务集团等的多视角剖析,带给读者以诸多启迪。本书作者曾经是我的学生,在学期间就有勤奋学习、善于思考和喜欢钻研专业问题的习惯,学生阶段即发表过不少有见地的文章。参加工作后,尽管他的日常工作繁忙,但仍然保持了这种良好的习惯,并能够结合自己的工作实践著书立说,更显得精神宝贵!从他的研究成果中,我看到了他的成

长、他的职业责任心和敬业精神,也看到了他对发展中的我国保险业的贡献!

鉴于这部著作的新颖内容和现实价值,我愿意热忱地向读者推荐,我相信本书的出版必将有助于我国金融保险界以及对金融保险有兴趣的人士真正了解银行保险,并在了解中推动我国银行保险的实践进程。

期待着作者在这一领域不断获得新的突破,并相信他会写出更多更好的著作,为推动中国保险业的持续、稳定、健康发展作出新的、更大的贡献。

2003 年 5 月于北京

绪 论

第一部分:有关银行保险的几个概念

一、银行保险(Bancassurance)是在金融服务融合、金融服务一体化的框架下发展起来的一个概念

金融服务融合(Financial Services Convergence)是指某一类金融机构提供的金融产品和服务开始呈现出另一类金融机构提供的产品和服务特征的趋势。金融服务融合的一个典型例子是保险公司推出变额寿险(variable life)和变额年金(variable annuity),这两种产品都具有保险和证券的双重特征;另一个典型例子是银行创造的抵押贷款证券化产品,银行将一组抵押贷款资产打包成证券销售给投资者。金融服务融合是金融服务一体化的重要推动力量。金融服务一体化(Financial Services Integration),是指某一类金融机构经营传统上属于另一类金融机构的金融产品和服务。金融服务一体化的进程通常包括四个阶段:(1)银行、保险公司、证券公司创造出具有对方特点的产品,这实际上就是金融服务的融合阶段。(2)不同类型的金融机构通过子公司或持股公司的形式建立某种联合。(3)传统的金融机构销售生产非传统的产品。(4)银行、保险公司、证券公司不再局限于传统意义上的业务,相互之间的界限越来越模糊,不再把自己定位为银行、保险公司、证券公司,而是定位为金融服务公司。此时,金融服务一体化就算实现了。

银保融通是银行和保险公司之间达成的一种金融服务一体化的安排,其中,保险公司主要负责产品的制造,银行主要负责产品的销售。从理论上讲,银保融通既包括银行经营保险业务,也包括保险公司经营银行业务,但在实践中,前者要比后者普遍得多。银行经营保险业务的形式按照一体化程度由低到高可以分为四种:一是通过产品销售合作协议达成市场销售联盟;二是银行和保险公司建立合资企业经营保险业务;三是两家独立的银行和保险公司通过购并形成新的公司;四是银

行组建自己的保险公司。

二、为什么银行或邮局对银行保险这一方式感兴趣

随着竞争的不断加剧,包括银行和邮局在内的金融机构都在通过增设网点的方式吸引位于其附近的客户。维持这些数量不断增长的分支机构必然需要更多的管理费用,而它的来源或是依赖新客户,或是依赖新产品的开发。因此,银行介入保险业务有以下多方面的原因:

(一)使巨大的销售网络获得盈利。在法国,平均每 800 个人拥有一个销售保险产品的网点。而保险销售带来的收益是许多银行能够维持经营其他业务的重要保证。保险业务的利润占银行全部纯利润的比例不断扩大,目前为 10% ~ 15%。同样,对于国有的邮局系统,往往通过金融产品的盈利弥补传统的信函邮递业务的亏损。

(二)保持客户群体的稳定。由于人们大多持有银行或邮政的帐户,所以金融机构发展新的客户实际上意味着客户的转移,并且获得新客户的成本也是巨大的。正是为此,他们宁愿花力气稳定现有的客户群,而并不愿把重点放在发展新客户上面。发展多样化的金融服务于是成为众多金融机构的当务之急。我们清楚地知道,一个金融机构的客户,他所得到的服务种类越多,就越不容易更换机构。

(三)一体化服务的概念。这一战略是与稳定客户群体的作法一脉相承的,目的都在于力求满足客户对不同金融产品的需要以及对投资增值的关注。实际上,客户经常会接受一种投资建议,并不关心得到的是银行还是保险产品。因此,无论是退休金储蓄、住房投资、子女的教育还是金融市场的投资,客户总希望在同一家金融机构得到满意的答案。否则,该客户更换金融机构的可能性是存在的。

(四)防止资金的流失。20 世纪 80 年代的法国,由于税收政策的优惠以及寿险产品的高收益率,寿险市场获得了长足发展。为了避免金融机构的资金流向保险公司,他们采取了两种方式。一是与保险公司签定分销协议并参与资金的管理,二是成立自己的保险公司保证资金保留在集团内部。

(五)人力资源的管理。在银行业重组或生产率提高的进程中,许多银行都面临着人员过剩的问题。将这一部分人员转至与保险业务相关

的部门(销售或管理),是防止人才流失的有效方法。

(六)寿险产品与银行产品是相近的。选择在银行网络销售寿险产品,另一主要原因就是寿险产品与银行产品相近的特性。它使银行的业务人员能够在很短时间内掌握保险产品的特点并开展销售。它也可以使银行将保险产品融入全面的金融服务之中,并且在开展业务中有效地运用税收优惠、最低收益保证或发放养老金等手段。由于在寿险业务中出现了运用纯银行手段的“多载体”的合同,两种产品之间的相近特性愈益明显。在“多载体”合同中,由投保人自行判断和选择保费的投资渠道,并且承担投资风险,这便是一个很好的例证。

(七)使用金融机构掌握的客户资料。金融机构所掌握的其客户的职业、家庭、收入等资料是开展新业务的有力保证。同时,这些资料在保险公司为金融网络设计保险产品时更显得十分珍贵。在对整个客户群体的资料进行分析并确定营销目标之后,电话或邮件宣传的费用即可明显降低。

三、为什么消费者能够接受银行保险

在银行保险这一新的分销保险方式出现的 20 世纪 80 年代,消费者的消费需求,以及他们和供货商(商品和服务)之间的关系都发生了深刻的变革。

(一)“消费者主义”一词的出现。在 20 世纪 80 年代,消费者运动和消费者协会逐步产生,争取得到高质量的产品,更高的市场透明度以及好的服务质量等。面对越来越强大的消费者运动和组织的力量,有时甚至是抵制购买的威胁,供货商的态度也发生了变化。在保险行业,保险合同在投保人和分销金融机构的呼声中变得简单易懂,容易接受。而消费者通过阅读专业报刊,更了解保险业务,有可能比较不同产品的收益水平。

(二)“一次购足”的概念。城市生活使人们花费在交通上的时间越来越长,因此消费者越来越需要尽可能地集中购买(超级市场因此得到发展),减少购买商品和比较不同产品的时间。这种首先发生在商品市场的消费模式逐渐占领了服务市场。通过银行保险,可以在同一家金融机构获得所有金融服务,这正好迎合了消费者“一次购足”的心

理。为了节省购买者的时间,金融机构也尽量简化产品,缩短柜台介绍和推销的时间。值得注意的是,尽量简化保险产品的需要给保险公司提出了严峻的考验。实际上,设计简明易懂(消费者和金融机构)的产品,要比设计复杂的产品困难很多。

四、保险公司迎接银行保险的挑战

面对银行保险这一新的竞争方式,保险公司有两种选择,或是顺应潮流,积极配合;或是拒绝接受,顽强抵抗。然而对于寿险业务来讲,采取第二种作法就意味被市场所淘汰。数字是最有说服力的,在欧洲,46%的银行成立了自己的保险公司,23%与保险公司成立了合资企业,另外31%也全部与银行签定了分销协议。在银行获得了保险技术的前提下,保险业务对于银行的整体业务来说融合的程度更大。当然,银行决定成立自身的保险机构还需要动用大量资本,遵守偿付能力的要求,并且对保险合同(有的期限相当长)做出最低收益率的承诺。最近日本保险公司发生的问题就说明了这一点。银行在成立保险公司之前,应该清楚地意识到保险业务是存在风险的,分销保险时风险的载体是保险公司,而自营保险业务的话,风险的载体就是银行自己。

毋庸置疑,银行保险这种分销模式对保险公司来说也是有多方面的有利条件的:

(一)进入强大的网络成为可能。与金融机构签定分销协议,加上往往附带的独家代理的条款,使保险公司进入与其合作的网络,接触数量巨大的潜在客户,并且有可能大幅度地扩大营业规模。

(二)降低分销成本。使用金融网络的人员和柜台使保险公司产品营销的成本有可能降低。而且它不必去管理销售人员(酬劳、培训或人员流动等)。当然,保险公司需要和金融机构进行艰苦的谈判,才能获得满意的成本的节省。通常,通过银行保险这一方式的分销费用大约为保费的3%,而传统意义上的代理人销售费用可高达8.5%(上述比例为平均水平,且不含管理费用)。与上述优势相对立的是银行保险给保险公司带来的严峻挑战,包括:

(一)与最终客户联系的丧失。由于金融网络实力的强大,尽管保险公司是保险产品的实际设计者和管理者,但它的形象往往为分销机构的

形象所取代。投保人因此并不知道保险产品实际设计者的真实身份,对保险公司的概念于是趋于淡漠。这一联系丧失的问题对于市场营销策略来讲十分严重,因为只有通过与投保人的直接接触才能设计适合市场需要的产品。

(二)不得不在技术上保持领先地位。保险公司维持生存的必要条件是其与分销网络之间保持力量均衡的关系,同时在保险技术上招招领先。保证这种平衡的关键在于保持保险行业核心的内容,即设计产品所必需的精算和风险分析技术。寿险产品和银行储蓄产品的近似性容易使人们认为其本质也是相同的,保险公司因此要显示其在风险产品上的技术优势。

(三)要签定长期的协议。分销网络带来的需要管理的合同数量巨大,需要保险公司进行大量投资,加之银行保险业务的利润率低,使保险公司有兴趣与分销金融机构签定长期的合作协议。另外,保险公司还需要随时对新的税收政策或其他情况做出反应,及时推出新的产品,为此它需要购置专门的折旧期较长的计算机设备。因此,只有签定长期的分销协议才能促使保险公司和金融机构的有效合作,双方受益。在有些情况下,两者之间的协议期限可长达10年。

(四)保险公司的多个分销网络同时存在。对于选择与多个分销网络合作的保险公司来说,会出现在同一个地理区域的不同金融机构同时销售该公司保险产品的情况。因此,在保险公司的营销策略中,需要为每一分销网络制定独特的产品,而且对不同的销售方式设计不同的产品。如通过网络销售的产品要简明易懂;而通过代理人销售的产品则复杂很多,需要更多的说明工作,当然要付出更多的佣金。

(五)金融机构成立保险业务分支机构成为趋势。通过与保险公司的合作,金融网络可以掌握保险业务的技术,并试图成立其独立的保险分支机构,而并不满足于签定分销协议以及成立合资企业。财产险方面的趋势不如寿险明显,因为金融机构认为通过银行保险发展财险业务潜力不大。

为了使银行保险业成为一项对所有的参与者来讲都是平衡而且获利的业务,应该遵循一定的原则。首先,在销售手续费的分摊方面,由

于保费金额巨大,金融机构和银行之间往往要进行激烈的谈判,实际上是分销网络的营销实力和保险公司业务实力之间的较量;另外,要尽量扩大业务量,由于手续费的降低以及在金融机构和保险公司之间的分摊,使双方不得不追求更多的业务量。我们可以看出,在银行保险形成的金融机构-保险公司-投保人的新型关系中,投保人是前两者竞争的受益者。

最后,我们认为,作为分销保险形式之一的银行保险,在中国应该可以找到与传统的代理人销售并存的位置。分销网络和保险公司平衡地开展合作,有着一个共同的目标,就是满足消费者的需要,提供尽善尽美的服务。

第二部分:银行保险的发展

一、银行保险的发展阶段

20 世纪 80 年代后期,伴随着统一的金融市场体系的建立,西方国家银行业和保险业相互融合渗透,从而产生了其中之一的银行保险,即保险公司通过银行和邮政网点销售保险、代收代付保险费。目前,在西方成熟的保险市场上,银行保险呈迅速发展之势。在保险产品的所有新的分销方式中,银行保险,即通过银行或邮局网络销售保单的作法在欧洲国家中获得了巨大的发展。在这些国家中,代理人销售保险的比例逐渐减少。西欧国家如意大利、德国、英国等国家的保险公司大多通过银行、邮政储蓄的网点来推销保险产品。资料显示,西方国家银行代理销售的保险,已占整个保险收入的 35% 至 65%。在欧洲,已有超过半数的寿险保单是通过银行代卖的。在亚洲,1995 年亚洲总保费收入(不含日本)为 1190 亿美元,其中银行直接或间接销售的保单占 25% ~ 35%。香港有 6% 的保险产品是通过银行出售的,且数量呈上升趋势。由于立法、历史或税收的原因,各国通过银行或邮局网络分销保险的业务发展很不平衡(例如银行保险在美国基本上是被禁止的)。在那些允许银行或邮局参股保险公司或与其签定分销协议的国家,目前的发展趋势是保险产品成为一家金融机构(如银行或邮局)的全方位

金融服务的一部分。在 20 世纪 80 年代初,当银行保险开始发展的时候,这一概念只意味着通过金融机构的柜台销售寿险产品;而现在银行和邮局网络则可以通过其掌握的客户资料通过直接销售的方式分销保单(电话、邮件和互联网销售)。

正如众多的金融范畴一样,对银行保险(bancassurance)的定义也是多种多样的,很多人分别从各个方面(业务、经营策略、组织形式等)对其作了界定,可谓仁者见仁,智者见智。但目前较为接受的比较宽泛、权威的定义是指银行通过各种方式向客户提供保险产品而进入保险领域。银行既可以通过设立自己的保险公司直接销售保险产品(Start-up),也可以作为保险公司的保险中介人代理保险产品,还可以与保险公司建立合资公司经营保险产品(Venture)。

尽管 bancassurance 这一术语只是最近才引起学术界的关注,实际上,银行业与保险业相互结合已经有悠久的历史了。例如,比利时的 CGER,西班牙的 Caixa de Barcelona 以及法国的 CNP,这些公司自从 19 世纪就已经全面提供银行与保险服务了(Daniel,1995)。但一般认为,银行保险的真正出现,是从 20 世纪 80 年代开始的,欧洲是银行保险的发源地,之后,银行保险便迅速发展起来了。Daniel 将银行保险发展分为 3 个阶段:

第一阶段:是在 1980 年以前,在这一阶段,银行保险仅仅局限在银行充当保险公司的代理中介人(insurance broker)这一层面上,严格意义上的银行保险尚未真正出现。银行通过向保险公司收取手续费介入保险领域。这一阶段,银行尽管也直接出售保险单(银行信贷保险),但只是作为银行信贷业务的补充而进行的,其目的是减少银行承受的风险,例如当时许多银行在发放抵押贷款时要求借款方必须对其所抵押物进行保险。银行与保险公司的关系纯粹是合作关系,不存在竞争,但在这一阶段为银行以后介入保险领域积累了经验。

第二阶段:大约开始于 1980 年,在这一阶段,银行开始开发出一些与银行传统业务大相径庭的金融产品,开始全面介入保险领域。这被认为是银行保险的真正起源。银行开发出一些资本化产品,如养老保险合同——在某一固定期限之后,一次归还一定的金额。这一阶段,法国

的银行保险发展最为普遍。客观上银行开始进入保险业与保险公司展开竞争。但这一阶段银行保险的发展主要是银行为应付银行业之间的竞争而扩展业务范围,力求在竞争中处于优势。

第三阶段:大约是从20世纪80年代末开始的,这一阶段是银行保险发展的关键时期。银行保险开始成为人们感兴趣的话题,银行为应付保险公司的激烈竞争在这一时期也全面拓展这项业务,采取了各种措施(如新设、并购、合资等等),将银行业务与保险业务结合起来。银行所推出的保险产品较上一阶段大大增加,银行介入保险的形式也趋于多样化。银行保险的组织形式更为复杂。如英国的银行开始直接提供纯粹的寿险产品,在欧洲其它国家,银行也推出了复杂多样的保险产品,西班牙的银行该时期就推出了一生寿险单。在该阶段银行借助于其特有的优势,银行保险业务发展迅速,具体表现就是银行所占的保费收入的份额占保费总额的比例不断上升。2000年,欧洲主要各国银行保险保费收入占当年各国寿险保费收入比例均超过了10%,其中,西班牙为74%,法国为61%,意大利为54%,德国为19%,英国为13%。欧洲是银行保险的发源地,银行保险是在欧洲金融、税收和立法产生巨大变化的背景下诞生的。目前的欧洲一体化进程更加快了各国金融立法的统一,并且使不同的金融业务逐步融合。而且,银行随着数量的增加,其之间的竞争也越趋激烈,于是纷纷寻求包括保险业务在内的新业务的发展机会。1999年初,欧元的启动使这一趋势更为显著。通过银行保险获得的保费收入在欧洲寿险市场中占有重要地位。在银行保险相对发达的国家(法国、西班牙、葡萄牙、瑞典和奥地利)中,其实现的保费收入占寿险市场业务总量约60%;而在另外一些国家(比利时、意大利、挪威、荷兰、德国、英国、瑞士、芬兰和爱尔兰等)这一比例在20%至35%之间。根据预测,到2002年,寿险市场保费收入按照销售方式划分的比例为:银行保险65%,代理人8%,经纪人5%,保险公司职员13%,电话直销8%。在财险方面,情况则大不一样。不仅因为银行保险的方式在财险领域起步较晚,而且由于财险产品与银行产品相比不同于寿险产品,不容易为推销员接受并在网络销售。在这一领域,银行保险比较发达的国家包括丹麦、荷兰、英国、希腊和爱尔兰等,占财险保

费收入的比例达到 15% 至 20%。而在法国、西班牙、比利时、德国、挪威、瑞士和意大利等国,银行保险占财险市场的份额只有 5% 到 10%。但值得注意的是,这种分销方式正呈现不断发展的趋势。同时随着欧洲银行保险业的发展,其他国家纷纷仿效。在亚洲,银行销售保险渐占上风,台湾、香港的银行销售保险也是方兴未艾。尤其是近年来在全球范围内掀起银行保险发展的浪潮,而 1998 年 11 月美国花旗银行兼并旅行者集团将银行保险推向了高潮。可以说银行保险的发展在全球范围内已经成为大势所趋。

二、银行保险产生的因素分析

(一) 现实因素—银行所处环境的变化

1. 社会环境

20 世纪 80 年代以来,西方社会结构的一个显著变化就是人口增长率的降低与人口的老龄化问题,同时,由于医疗卫生条件的不断进步与生活水平的提高,发达国家人口的平均寿命显著提高。而这导致的一个直接后果就是 DR 指数(the dependency ratio 指退休人口与工作人口的比例)急剧上升。OECD 在 1992 年作了一项预测,到 2030 年,欧盟国家的 DR 将从当时的 21% 上升到 37%。人口老龄化趋势对发达国家的社会养老金计划造成了极大的压力,为了缓解压力西方国家政府采取了各种方式以刺激私人养老金计划。这极大的促进了寿险行业的迅速发展。

同时近年来,由于人口结构的变化、经济的持续繁荣以及对更高生活水平期望,储蓄方式也发生了很大的变化,人们对长期、高收益的金融储蓄方式的需求不断增加。人们的金融意识逐渐增强。同时,资本市场上日益增长的复杂的投资工具也比低收益的银行存款更具有吸引力。低通货膨胀率也使得人们愿意购买长期的金融产品,这样,人们的储蓄逐渐从银行的存款帐户转移到寿险产品。以上三方面(人口状况、储蓄方式、金融意识)的变化使得银行业经营的社会环境发生了显著的变化,具体表现就是银行业的资金来源(银行存款)急剧减少。与此同时,保险业获得了空前的发展,保费收入占金融资产的比重大幅增加。

2. 竞争环境

伴随着社会环境的变化,同时由于金融全球化、金融市场不断对外开放、金融监管不断放松、技术不断进步等因素的影响,银行所面临的竞争环境急剧恶化。Porter 在 1980 年的工业分析中指出市场上存在 5 种主要的竞争力量,分别是:同行业内厂商之间的竞争、新进入者的威胁、产品的替代性、厂商供给者的讨价还价力量及客户的讨价还价力量。下面笔者将借用 Porter 的分析框架从这 5 个方面来简要分析近年来西方国家商业银行所面临的竞争环境的变化。

1) 银行同业间的竞争。由于技术进步、金融管制放松及社会环境的改变,银行业内的竞争加剧,而西方国家的金融市场已经是高度成熟的市场,银行能力相对过剩,不太可能进行价格竞争;竞争力的加剧迫使银行不得不不断寻找其他利润增长点,力求在竞争中占有有利地位。

2) 新进入者的威胁与挑战。管制的放松及国际金融一体化的影响,使得其他金融机构(包括非银行金融机构、外国银行、金融产品的零售商等)更容易进入银行领域,这些新进入者极大地侵占了银行的市场。

3) 银行产品的可替代性。技术的进步及资本市场的发展,资金需求者的融资渠道越来越多样化,这使得银行产品的可替代性越来越大。这也是银行经营环境恶化的一个重要原因。

4) 银行资金提供者的谈判力量。随着人们金融意识的增强及可选择面的扩大、资本市场的发展,使得银行的谈判力量下降,银行资金提供者的谈判力量增强,使得银行在吸收资金来源方面越来越处于不利。

5) 银行客户的谈判力量。随着产品可替代性加大,使得银行客户的忠诚度不断下降,银行客户的谈判力量加强,银行客户对银行服务的质量、范围、信息、收益率的要求越来越高。

(二) 银行业竞争环境的不断恶化使得利润率不断降低,这迫使银行不得不积极开展其它业务,寻找新的利润增长点,与此同时保险业的高利润对银行业具有极大的吸引力,促使银行不断开展保险业务。

事实上银行业开展保险业务具有极强的优势,主要表现在: