

21

世纪高职高专规划教材

金融保险系列

银行产品

YINHANGCHANPIN

主编 武飞 副主编 乔睿



中国人民大学出版社

21 世纪高职高专规划教材·金融保险系列

银行产品

主 编 武 飞

副主编 乔 睿

中国人民大学出版社

· 北京 ·

图书在版编目 (CIP) 数据

银行产品/武飞主编. —北京:中国人民大学出版社, 2011. 5

21 世纪高职高专规划教材·金融保险系列

ISBN 978-7-300-13600-4

I. ①银… II. ①武… III. ①银行业务-高等职业教育-教材 IV. ①F830.4

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2011) 第 063995 号

21 世纪高职高专规划教材·金融保险系列

银行产品

主 编 武 飞

副主编 乔 睿

出版发行 中国人民大学出版社

社 址 北京中关村大街 31 号

电 话 010-62511242 (总编室)

010-82501766 (邮购部)

010-62515195 (发行公司)

网 址 <http://www.crup.com.cn>

<http://www.ttrnet.com> (人大教研网)

经 销 新华书店

印 刷 北京昌联印刷有限公司

规 格 185 mm×260 mm 16 开本

印 张 15.5

字 数 367 000

邮政编码 100080

010-62511398 (质管部)

010-62514148 (门市部)

010-62515275 (盗版举报)

版 次 2011 年 7 月第 1 版

印 次 2011 年 7 月第 1 次印刷

定 价 28.00 元

版权所有 侵权必究

印装差错 负责调换

前言

教育是一个民族进步的基石，是建设一个人力资源强国的必经之路。欧美等发达国家无不拥有高度发达的教育体系，特别是拥有高度发达的高等教育体系，无论是在学科教育领域还是在职业教育领域无不如此，具有代表性的有美国的社区大学体系和德国的“双元制”职业教育模式。

国际上的职业教育是随着西方各国工业化的进程而不断发展的，特别是在那些高度发达的欧美国家，职业教育的发展极大地支撑了其工业化的进程，可以说职业教育是西方各国强大工业的基石。而中国的教育体系传统上一直重视学科教育，重理论、轻实践，在很长时间以来忽视了职业教育的发展，没有给予职业教育应有的重视和支持，致使目前各行各业技能型人才严重短缺。随着中国工业化步伐的不断加快、工业化程度的不断加深，大力发展职业教育成为大势所趋，党的“十七大”报告中明确提出“要大力发展职业教育”，这一历史性的指导方针对于中国的职业教育具有里程碑式的意义。

随着经济的全面发展，服务业在一个国家或地区国民经济中所占的比重将越来越大，其发展的程度将成为该国家或地区发达程度的标志。面向服务业的财经类职业教育作为职业教育体系的重要组成部分，具有不可替代的地位和作用，特别是随着现代服务业的大力发展，以金融等生产性服务业为代表的财经类职业教育正在承担着越来越重要的人才培养、应用研究等工作。

就金融专业而言，重学科、轻实践的特点更为突出，金融职业教育的发展状况更不尽如人意，出现技能型人才短缺的情况更为严重。一些金融机构不得已补充了大量非金融专业的毕业生，致使服务水平参差不齐、客户排队现象严重、客户怨声载道。很多金融机构一时补充不上合适的员工，使得现有员工工作负担十分沉重，以致出现身体过劳、心理倦怠等现象。目前高等职业教育金融类人才基本上处于供不应求的状态，一大批既懂理论又善于实践的毕业生成为各大金融机构争相招聘的对象。

高等职业教育金融类专业的主要目标之一是面向商业银行的综合柜员、大堂经理、个人客户经理等一线岗位培养高素质技能型人才。这些专业岗位无不要求从业人员具有全面、丰富、翔实的金融产品知识。因此在金融类专业的人才培养方案中，必须根据市场、机构、产品、业务、服务、营销、经营管理等全行业要素来构建课程体系。从经营意义上来说，银行产品是指商业银行向市场提供的、能够满足市场上客户的需要的、与资金相关

联的各种服务产品。从课程意义上说,“银行产品”是高等职业院校金融类专业基础课程,理论性和实践性比较适中,学生既可以从中了解各种产品的经营功能,又可以了解产品的收益和风险。该课程是联系金融基础知识和银行业务知识的纽带和桥梁,是承上启下的重要一环。

目前,国内的高职院校基本采用传统的商业银行经营管理教材来满足对于银行产品相关内容的教学实践需要。但由于商业银行经营管理课程和商业银行各具体业务课程边界不清,导致教学内容重复;而且大多数商业银行经营管理的教材多从银行的角度出发,忽视客户的中心地位,导致难以按照银行以客户为中心的经营理念开展教学。为此,我们从商业银行和客户的双重角度编写了这本教材。本书具有以下两个特点:

第一,本书的总体架构是按照商业银行产品的业务条线或事业部来划分产品种类的,具体包括零售银行产品、公司银行产品、国际业务类银行产品、电子银行产品。

第二,本书以对银行产品进行全方位解读为主要内容,包括各银行产品的要素、功能、办理流程、相关规定、风险分析、发展及创新等内容,每一个产品都辅以实例进行解读,使读者对银行产品有全面、深刻的认识。

本书适用于高职高专财经类专业学生及从事商业银行相关工作的人员学习和参考。

本教材由武飞担任主编,乔睿担任副主编,参加编写人员有刘永军、冯晓霞、王新玉、王卫华、刘淑娥、黄群、张伟芹、杨向荣、丁建波、张敏敏。在编写过程中,北京银行、中国银行、建设银行等金融机构的许多领导、业务骨干提供了很有价值的意见和建议,在此表示感谢!

由于商业银行创新十分迅速,相关的银行产品处于动态调整过程中,各家商业银行的具体产品也存在一定的差异,加之编者水平有限,所以本书难免存在错误与纰漏,敬请读者批评指正。

武 飞

2011年4月

目 录

学习情境 1 商业银行总体认识	1
学习情境 2 银行产品基础知识	8
子学习情境 1 银行产品的定义与特性	8
子学习情境 2 银行产品的分类	10
学习情境 3 零售银行产品	15
子学习情境 1 资产类零售银行产品	15
子学习情境 2 负债类零售银行产品	43
子学习情境 3 其他零售银行产品	47
学习情境 4 公司银行产品	56
子学习情境 1 资产类公司银行产品	56
子学习情境 2 其他单位银行产品	100
学习情境 5 国际业务类银行产品	150
子学习情境 1 国际结算类银行产品	150
子学习情境 2 国际贸易融资类银行产品	163
子学习情境 3 外汇买卖业务类银行产品	178
学习情境 6 电子银行产品	202
子学习情境 1 网上银行	202
子学习情境 2 手机银行	213
子学习情境 3 电话银行	221
子学习情境 4 自助银行	228
附录 证券、期货、银行业相关资格考试	236
参考文献	238

学习情境 1 商业银行总体认识



学习目标

知识目标

1. 掌握商业银行的概念、职能、组织形式和整体概况。
2. 了解一般商业银行的产生过程和发展概况，了解国内外商业银行的发展趋势，特别是我国商业银行在改革过程中的发展动向。
3. 熟悉我国银行的组织形式。

能力目标

能够根据商业银行基础知识搜集、分析、归纳相关资料。



学习任务

1. 商业银行的概念与服务范围。
2. 商业银行的职能和地位。
3. 商业银行的产生和发展趋势。
4. 商业银行的组织形式和组织结构。

一、商业银行的概念与服务范围

(一) 概念

“商业银行”是英文 Commercial Bank 的意译。在此概念的界定上，中西方提法不尽相同。综合来讲，商业银行的定义应包括以下要点：第一，商业银行是一个信用授受的中介机构；第二，商业银行是以获取利润为目的的企业；第三，商业银行是唯一能提供“银行货币”（活期存款）的金融组织。与其他金融机构相比，能够吸收活期存款、创造货币是商业银行最明显的特征。正是这一点使商业银行具有特殊的职能，它们的活期存款是构成货币供给或交换媒介的重要组成部分，也是信用扩张的重要源泉。因此，通常人们又称商业银行为存款货币银行。

根据《中华人民共和国商业银行法》（以下简称《商业银行法》）的规定，我国商业银行是指依照该法和《中华人民共和国公司法》（以下简称《公司法》）设立的吸收公众存款、发放贷款、办理结算等业务的企业法人。

（二）服务范围

商业银行就其经营的主要业务来说，一般均分为负债业务、资产业务以及中间业务。负债业务是形成商业银行的资金来源业务，是商业银行资产业务的前提和条件，主要包括自有资本和吸收外来资金两大部分。商业银行的资产业务是其资金运用业务，也是商业银行收入的主要来源，主要分为放款业务和投资业务两大类。中间业务是指商业银行从事的按会计准则不列入资产负债表内，不影响其资产负债总额，但能影响银行当期损益，改变银行资产报酬率的经营活动。

根据《商业银行法》规定，商业银行可以经营下列部分或者全部业务：吸收公众存款；发放短期、中期和长期贷款；办理国内外结算；办理票据承兑与贴现；发行金融债券；代理发行、代理兑付、承销政府债券；买卖政府债券、金融债券；从事同业拆借；买卖、代理买卖外汇；从事银行卡业务；提供信用证服务及担保；代理收付款项及代理保险业务；提供保管箱服务。

二、商业银行的职能和地位

（一）职能

1. 信用中介

信用中介是指银行通过负债业务，把社会上的各种闲散货币资金集中到银行，再通过资产业务，把它投入到需要资金的部门，充当资金闲置者与资金短缺者之间的中介人，实现资金的融通。在这里，银行实际充当了买卖“资本商品使用权”的商人角色。

信用中介的作用包括：投资的转化；积少成多；续短为长。

2. 支付中介

支付中介是指商业银行以存款账户为基础，为客户办理货币结算、存款转移、货币兑换、收付货币的行为。通过这一职能，商业银行成为工商企业、团体和个人的货币保管者、出纳者和支付代理人，商业银行也因此成为经济过程中无始无终的支付链条和债权债务关系的中心。

支付中介的作用包括：可以大大减少流通中现金的使用，节约社会流通费用，加速结算过程和资金周转，大大促进社会经济的发展。同时有助于满足不同客户的多层次、多样化的需求，方便了客户，增强了商业银行的社会服务功能。

3. 信用创造

信用创造是指商业银行所具有的创造派生存款和信用流通工具并据以扩大放款和投资的能力。

信用创造的作用包括：通过信用创造职能，商业银行不仅加速了资金周转，节约了社会流通费用，而且更加重要的是满足了经济发展对流通手段和支付手段的需要。它通过自己的信贷活动，创造或收缩作为货币供给的主要部分的活期存款，从而对经济过程产生重要影响。也正因为如此，政府和中央银行为了保证经济秩序的稳定，都要对商业银行的业

务活动实施严格的监管。

信用创造的限制包括：信用创造能力不是无限的，首先要以存款为基础。就每一个商业银行而言，要根据存款发放贷款和投资；就整个商业银行体系而言，也是在原始存款的基础上进行创造，信用创造的限度取决于原始存款的规模。其次要受到中央银行存款准备金率、银行自身现金准备金率、存款付现率的限制。最后还要受到贷款有效需求的制约。如果没有足够的贷款需求，存款贷不出去，就谈不上创造。

4. 金融服务

金融服务是指商业银行利用所处的经济枢纽的特殊地位，凭借联系面广、信息灵通的独特优势，运用电子计算机等先进手段，为客户提供诸多金融服务，赚取手续费、扩大联系面、争取客户。

5. 调节经济

商业银行是国家调节经济的重要力量。它充当政府控制经济增长和实现社会目标的手段。它可以通过对中央银行货币政策的传递，来控制社会信用量，从而调节经济；可以通过放款和投资来引导资金流向，调节企业的生产经营活动；可以通过办理消费信贷来调节和引导消费，从而引导生产；还可以通过国际市场上的融资，调节本国的国际收支状况。

（二）地位

商业银行是整个金融体系中最能反映银行特征的金融机构，也是金融体系中数量最多、分布最广的金融企业。由于它的业务内容的广泛性及其对社会经济生活的显著影响，使得它在金融体系中乃至整个国民经济中占据着特殊地位。

1. 商业银行是整个国民经济活动的中枢

商业银行虽然与其他金融机构一样都是信用中介机构，但它的业务范围要比其他金融机构广泛得多。它不仅在负债、资产业务方面服务范围要比专业银行、投资银行等金融机构更为广泛，而且还可以办理许多中介业务和其他非信用业务，这就使得商业银行与广大的工商业者和居民个人有着直接而密切的信用联系，其业务活动不仅大大便利了工商业经营者和居民个人的经济活动和日常生活，而且在很大程度上制约着工商企业经营活动的范围、方向、规模及盈利水平，从而成为整个国民经济活动的中枢。

2. 商业银行是社会资金运动的枢纽

随着经济的日益发展，工商企业的经营活动也必将得到更快的发展，对资金的需求量也越来越大，它除了拥有一部分自有资本以外，对商业银行的依赖性也越来越大，商业银行的借贷资本已成为工商企业经营活动不可缺少的资金来源。企业为了通过银行进行各种支付，它们也必须把经营活动过程中的处于暂息状态的货币资金存入商业银行，形成商业银行的活期存款。

由此可见，商业银行的借贷资本来源于工商企业又服务于工商企业的资金周转，并对其产生显著影响。

3. 商业银行是社会经济活动的信息中心

商业银行通过其日常业务活动，详细地掌握各行业、部门、企业及家庭个人等最全面而准确的经济信息，并在此基础上为各部门、企业和个人投资咨询和财务咨询服务，从而成为社会经济活动的信息中心，为社会经济的发展提供积极的引导作用，为调整产业结构、产品结构及国民经济中其他各项重要的比例关系、实现经济稳定持续增长，作出重要

贡献。

4. 商业银行的业务活动直接影响国家宏观经济政策的实施

现代市场经济离不开宏观调控，而宏观调控的主要内容之一就是根据各个不同时期的需要，制定并实施一系列货币、财政等方面的政策。商业银行在这一些政策的实施过程中发挥着重要的作用。

在财政政策方面，发行政府债券是一项重要的措施，而商业银行往往是主要的认购者；在货币政策方面，商业银行又是主要的传导中介，其业务活动对中央银行的货币政策的实施起着举足轻重的作用。

三、商业银行的产生和发展趋势

(一) 产生

银行的萌芽——货币经营业最早出现在意大利的威尼斯、热那亚。早在中世纪，欧洲各国的贸易已经相当繁荣，贸易的发展，使得各国商人的往来大大增加，市场上的货币种类也日益增多，从而使得因货币的不一致而造成的交易困难越来越突出，为了解决这一问题，有一部分人逐渐从一般商人中分离出来，专门从事货币兑换业务。这与信用活动尚无关系。

历史上最早的银行是威尼斯银行，它于 1587 年在意大利建立。随着商品经济的发展，贸易和货币流通不断扩大，货币兑换商手中逐渐积累起大量的货币，他们为了获得更多的收益，开始利用积累起来的暂时闲置的货币，从事一些可以获得利息收入的借贷活动。于是，古老的货币经营业就发展成为办理存款、贷款和货币汇兑的银行业，并且具备了银行的本质特征。

现代商业银行随着资本主义生产关系的产生而产生。17 世纪，工业革命在英国和法国的成功，使资本主义制度得到了基本确立。1653 年英国建立了资本主义制度，其工业和商业都有了较快的发展。适应资本主义经济发展的现代商业银行的产生就有了客观基础。1694 年，在资本主义发展较早的英国，由政府支持私人创办的股份形式的英格兰银行成立，标志着适应于资本主义生产方式要求的新的信用制度的确立和现代商业银行的产生。英格兰银行向工商业发放低利贷款，以支持工商企业的发展。

我国的银行出现较晚。1897 年清政府在上海设立了中国通商银行，它的成立标志着中国现代银行信用事业的开始。此后，浙江兴业银行、交通银行相继成立。

(二) 发展趋势

进入 20 世纪 90 年代以来，商业银行在金融自由化、金融国际化和金融电子化的挑战下，获得了许多发展机会，同时又面临着许多新问题。

1. 业务范围的综合化

近 20 年来，银行业务已经从专业化逐渐走向综合化、多元化。以花旗银行与旅行者集团合并为例：花旗银行是美国著名的零售业务银行，拥有庞大的零售银行网络和众多的公司客户关系，而旅行者集团是美国著名的金融公司，旗下拥有世界知名的投资银行——所罗门兄弟公司和保险公司、资产管理公司等。合并后新的花旗集团集银行、证券、保险、信托、租赁、基金等综合金融业务于一身，成为美国全能银行的代表。1974 年美国

国会规定,银行持股公司可以直接或间接从事一些非银行的金融业务,其中包括信托、咨询、租赁、保险代理、投资或金融顾问、房地产买卖等,商业银行明显成了一种“金融百货公司”。

商业银行业务范围综合化的表现形式有:商业银行的业务范围大大拓宽;商业银行进入投资领域;非银行金融机构迅速崛起。

2. 国际化进程加快

国际化进程加快是指西方主要发达国家的银行广泛开展国际银行业务,在国外广泛建立分、支机构及开放本国银行业务市场的进程加快。跨国收购兼并,如德意志银行收购美国信孚银行、荷兰国际银行收购英国老牌巴林银行、荷兰商业银行与比利时布鲁塞尔银行的合并等,都反映了商业银行全球化、国际化的趋势。

商业银行国际化进程加快的原因是:第一,与世界经济、贸易的增长,国际经济关系日益密切和交通、通讯急剧发展;第二,自第二次世界大战后,跨国公司在海外急剧扩张,迫使商业银行不得不在国外开设分支机构,以适应这一客观形势发展的需要;第三,近 30 年来,不少国家对金融管制的放松和欧洲货币市场的不断发展。

3. 金融创新

金融创新主要有两大类:一是金融业务创新;二是金融制度创新。

金融业务创新包括在技术、产品和服务方面的创新。金融制度创新包括组织结构、管理机制、所有权结构和治理结构方面的创新。

金融创新的原因包括:一是科学技术的不断进步和广泛运用,使得金融业有可能向客户提供各种优质服务与质优价廉的金融工具,如电子计算机、网络、现代通讯技术的运用都为金融创新创造了条件。二是 1973 年布雷顿森林体系瓦解后,世界各国纷纷实行浮动汇率制。西方国家为了减少利率与汇率的频繁波动的风险以达到保值和盈利的目的,需要推出一些新的金融工具,如货币期货、利率期货、期权等。三是西方国家对金融实行比较严格的金融管制,为了逃避管制,金融工具不断创新。四是金融机构为了争夺市场,满足不同客户的不同需要,从而不断推出新的金融工具。

金融创新的作用包括:一方面大大促进了金融业与金融市场的蓬勃发展,不断推动金融机构业务的进一步交叉和金融管制的进一步放宽;另一方面也导致金融业之间的竞争更加激烈,使金融业务的风险增大,增加了中央银行制定与执行货币政策的复杂性。

4. 银行业务电子化

银行业务电子化得益于电子计算机和现代通讯技术的发展,银行业由过去的“砖瓦银行”向网络银行和虚拟银行发展。

自世界上第一家网络银行——美国安全第一网络银行于 1995 年在互联网上开业以来,国际上兴起了一股网络银行风潮。目前美国已有 1/5 的客户在使用网络银行。银行只需通过互联网就将其整个系统延伸到客户的办公室。网络银行可以在全球范围内支付和调拨资金、买卖证券,还可以提供信息服务,使客户收到即时信息和数据,这一切使得银行业务更快捷、更方便、更节省人力。外国先进的银行网络已实行全球联网,网络已经进入广大企业、家庭,ATM 机遍及商业区和住宅区。网络银行主要运用智能资本,依靠少量的智力劳动者为客户提供超越时空的“AAA”式服务,即在任何时间(Anytime)、任何地方(Anywhere)、运用任何方式(Anyhow)提供服务。

四、商业银行的组织形式和组织结构

(一) 组织形式

商业银行的外部组织形式因各国政治经济制度不同而有所不同，主要有单一银行制、分支行制、持股公司制、连锁银行制等类型。

1. 单一银行制

单一银行制又称单元银行制，是指银行业务只由一个独立的银行机构经营，不设或不准设立分支机构的银行组织制度。单一银行制以美国为代表。单一银行制度的特点是地方性强，经营自主灵活，便于鼓励竞争，也可避免大银行吞并小银行，限制银行垄断。单一银行的优点曾得到许多经济学家的肯定，但是在新的发展形势下，它的局限性也凸显出来，因此美国的银行组织结构也正在逐渐发生变化。

2. 分支行制

分支行制又称总分行制，是银行在大城市设立总行，并在该市及国内或国外设立分支行的制度。从总行行使经营管理职能的情况看，总分行制又可以分为管理处制和总行制两类。管理处制是指总部负责管理下属分支机构的业务活动，自身并不经营具体的银行对外业务。总行制是指总行除了负有管理和控制职责外，自身也经营具体的银行业务。分支行制的优点是：经营规模大，分工细，资金调度灵活，能够分散风险，具有较强的竞争力。目前世界上大多数国家的商业银行都采用这种制度。分支行制度的优点十分明显，但也有些不利之处。

3. 持股公司制

持股公司制又称集团制，是由一个集团设立股权公司，再由该公司控制或收购一家或一家以上银行的组织形式。控股公司是指由一家控股公司持有一家或多家银行的股份，或者是控股公司下设多个子公司的组织形式。当所控制的银行只有一家时，为单一银行控股公司制；当控制的银行有两家或两家以上时，则为多家银行控股公司制。银行持股公司有非银行性持股公司和银行性持股公司两种类型。这种银行组织形式在美国最为流行。主要是针对法律不允许开设分支行的规定的一种规避策略。

4. 连锁银行制

连锁银行制是指由某一个人或某一个集团购买若干家独立银行的多数股票，从而控制这些银行的组织形式。这些被控制的银行在法律上是独立的，但实际上其所有权却控制在某一个人或某一个集团手中，其业务和经营管理由这个人或这个集团决策控制。

我国商业银行采取的是总分行制，即法律允许商业银行在全国范围或一定区域内设立分支行。采用总分行制的商业银行，对外是一个独立法人，一律不得设置具有独立法人资格的分支行。分行之间不应有相互存贷的市场交易行为，不能变成多级法人制的银行集团。

(二) 组织结构

现代商业银行大多数都是按《公司法》组织起来的股份制银行，它们的组织结构大致相仿，一般可分为以下四个系统。

1. 决策系统

商业银行的决策系统包括股东大会和董事会。股东大会是商业银行的最高权力机构。



董事会由股东大会选举产生，董事长由董事会选举产生。

2. 执行系统

商业银行的执行系统由总经理（行长）和副总经理（副行长）及各业务职能部门组成。

3. 监督系统

商业银行的监督系统由股东大会选举产生的监事会及银行的稽核部门组成。

4. 管理系统

商业银行的管理系统由全面管理、财务管理、人事管理、经营管理和市场营销管理五个方面组成。

按照我国银行资本规模划分，资本雄厚的五大商业银行——中国工商银行、中国建设银行、中国银行、中国农业银行和中国交通银行均已在我国证券交易所挂牌上市，这类银行业务开展全面，推出的银行产品种类繁多。中小资本规模的商业银行，如深圳发展银行、上海浦东发展银行、招商银行、北京银行、南京银行、宁波银行等也已经在我国证券交易所挂牌上市。由于银行资本规模的限制，此类银行根据其自身特点开展业务，推出银行产品。

学习情境 2 银行产品基础知识

子学习情境 1 银行产品的定义与特性



学习目标

知识目标

1. 了解银行产品的定义和特性。
2. 掌握银行产品的特性及其相互间的关系。

能力目标

能从银行产品的特性，即流动性、收益性和安全性的角度对具体银行产品进行对比分析。



学习任务

1. 银行产品的定义。
2. 银行产品的特性。
3. 银行产品的特性之间的关系。

一、银行产品的定义

关于产品的定义有许多种表述，通常而言，产品是指经营者向市场提供的能令人留意、获取、使用或消费的，能满足人们的某种欲望和需要的一切商品。可见，产品是能够给最终用户带来有形和无形利益的复合品，它既包含有形的物品也包含无形的服务，目的在于满足最终用户的需求和愿望。

银行产品是金融产品的重要组成部分。一般而言，银行产品是指银行向客户提供的能满足人们某种愿望和需求的各种金融工具和服务，以及银行提供服务所需的各种渠道。



金融工具是指银行为客户提供的各种有形产品,如银行账户、存折、银行卡和理财产品等。金融服务是指银行为客户提供的各种无形服务,如存款、贷款、结算、咨询和保管等服务。渠道是指银行将产品或服务销售出去的途径。如银行提供的存款服务,往往需要通过柜面操作系统、电话银行系统、网上银行系统等服务渠道。

与一般产品不同的是,银行产品在很大程度上是无形的服务,并且这种服务是在服务本身终止后,来源于服务的收益是可以继续下去的。

本书所介绍的银行产品是指银行为客户提供的各种金融业务(或产品),如存款类产品、贷款类产品、中间业务产品、银行同业类产品、银行国际业务产品以及电子银行产品等。

二、银行产品的特性

银行产品有特定的适应对象。银行能够提供的具体产品很多,每款产品都有特定的适应对象。银行产品一般都有期限、利率、金额等条款。

根据《商业银行法》第4条的规定,商业银行以安全性、流动性、效益性为经营原则。这就决定了商业银行日常经营的一切活动,包括设计和提供的银行产品也以安全性、流动性、效益性为核心特性。在银行具体产品设计中,银行的不同产品在安全性、流动性和效益性上都各不相同。银行员工在向客户介绍银行产品时,应向客户介绍清楚产品的安全性、流动性和效益性,并根据客户的具体需求和风险承受能力,向客户推荐适合的银行产品。

(一) 安全性

银行产品在经营中面临许多风险,如信用风险、市场风险、操作风险、流动性风险、法律风险、声誉风险、合规风险、战略风险等,这些风险都很容易对银行产品产生巨大损失。银行产品的安全性是指银行产品在经营中面临风险时免遭损失、保证客户资金安全的能力。例如,根据每个银行理财产品构成不同,有的含有保本保息因素,有的不含有。对于客户来说,含有保本保息条款的银行产品安全性高。

(二) 流动性

银行产品的流动性是指客户持有的银行产品可以随时得到偿付或者在不贬值的情况下销售出去,即无损失状态下迅速变现的能力。银行产品的变现能力越强,所付成本越低,则流动性越强。例如,对于客户来说,活期存款的流动性要高于定期存款。同时,定期存款可以提前终止具有一定的流动性。有的银行理财产品期限长,含有“客户不能提前终止”的条款,则产品的流动性弱。

(三) 效益性

银行产品的效益性包括两个方面的内容:一是经济效益,即银行产品获得利润的能力,即通常所说的盈利性。例如,对于客户来说,定期存款比活期存款效益性高。二是社会效益,即银行产品承担相应社会责任的能力。银行通过自己的存贷款业务及其他业务承担相应的社会责任,促进社会和谐和环境改善。例如,为了支持中小企业发展,银行在贷款调查时,可以将贷款企业是否有可靠的商业盈利模式、企业是否有出色的职业经理人队伍、市场前景的可预测度等作为评价企业资信指标。在要求的抵押物方面,结合企业特点,开展灵活多样的抵押方式,如既可利用固定资产抵押,利用有价证券、应收账款质

押,也可用知识产权、专利权、商标权、著作权、版权等无形资产抵押或以多种担保方式(包括商标权质押等)组合申请贷款。也可以通过发放打包贷款,从而分散项目的非系统性风险,降低银行的信用风险。

(四) 三个特性的关系

在银行产品中,安全性、流动性和效益性既有对立的一面,也有统一的一面。三个特性之间的对立,增加了客户在选择银行产品时的难度;而三个特性之间的统一,则为客户在处理三者关系、协调平衡三者之间的对立提供了可能。

通常情况下,银行产品安全性和流动性是统一的。因为安全性高的银行产品容易被普遍接受,具有高流动性;流动性高的银行产品,因为容易随时变现,具有较高安全性。但安全性和流动性有时会出现矛盾,例如,由资质好的企业担保的贷款安全性会很高,但由于不存在贷款转让市场,流动性会低。相反,有的银行理财产品有“允许客户提前终止”的条款,流动性会高,而由于理财产品的投资标的波动性大,安全性会低。

盈利性与安全性、流动性之间是对立的。一般来说,高收益伴随着高风险,有更多的不确定性,因此,高盈利性的银行产品通常安全性会低,而安全性的降低又会直接影响到银行产品的变现,流动性会降低。例如,活期储蓄的安全性和流动性都很高,但盈利性低。定期储蓄在提前支取时会有利息损失,流动性比活期储蓄低,但盈利性高于活期储蓄。

银行产品的盈利性与社会效益从表面上看有时是对立的,但从根本上说是统一的。银行产品的盈利性可以说是短期利益,而其社会效益则是长期利益。有时会出现短期和长期利益矛盾的地方,但从长远来看,牺牲眼前的短期利益,实现长远利益也能有利于银行的长远发展。例如,2007年7月,国家环境保护总局、中国人民银行、中国银行业监督管理委员会共同发布了《关于落实环境保护政策法规防范信贷风险的意见》,要求商业银行开展“绿色信贷”,严格控制“高耗能、高污染”行业贷款。从短期来看,这会影响银行的贷款盈利,但从长远来看,银行既履行了社会责任,最终也促进了自身的健康发展。

子学习情境 2 银行产品的分类



学习目标

知识目标

1. 掌握银行产品划分的标准。
2. 了解商业银行如何细化分类。

能力目标

1. 能够根据产品说明书对银行产品进行分类。
2. 能够总结归纳多家商业银行产品分类的标准。
3. 能够根据客户需求为其提供相应类型的银行产品。



学习任务

1. 银行产品划分的标准。
2. 银行产品的分类。

商业银行的产品是其经营的基础。良好的产品体系和产品创新机制是银行不断为客户提供优质服务的保证。各国商业银行虽有差异,但其主要产品分类标准大致相同。一般的分类标准有按客户群体分类、按资产负债分类、按产品计价货币分类、按产品风险性分类、按产品产生时间分类、按办理渠道分类等。其中最常见的分类标准是按客户群体分类和按资产负债分类。

一、按客户群体分类

按照银行产品的客户群体不同,可将银行产品分成零售银行产品、公司银行产品和同业银行产品。

(一) 零售银行产品

1. 概念

零售银行产品是指商业银行向个人、家庭提供的综合性、一体化的金融产品,包括存款、贷款、结算、汇兑、投资理财等产品。

2. 特征

零售银行产品的主要特征是:

- (1) 客户对象主要是个人客户。
- (2) 交易零星分散。
- (3) 交易金额较小。

3. 内容

零售银行产品主要包括以下内容:

- (1) 个人负债产品,包括本外币储蓄等各种存款产品和银行发行的金融债券产品。
- (2) 个人贷款产品,是指银行为个人提供的短期和长期借款产品。主要包括权利凭证质押贷款、个人住房贷款、个人耐用消费品贷款、个人住房装修贷款、个人助学贷款、个人汽车消费贷款、个人医疗贷款、个人旅游贷款、个人额度贷款等。
- (3) 个人支付结算产品,主要指银行依托活期存款账户,利用结算工具,为个人客户提供除存取款之外的消费、转账、汇款等结算产品,实现客户的货币资金转移和清算。
- (4) 代理产品,是指银行利用自己的营业网点、结算网络等资源,为客户提供各种代理、分销或理财产品,包括代扣代缴居民日常生活所支付的各种费用、代理企事业单位为其职工发放工资等代收代付产品。
- (5) 电子银行产品,是指银行利用先进的电子技术手段为客户提供方便、快捷的自助服务,包括网上银行、电话银行、手机银行、电视银行、自助银行、ATM (CDM)、POS 等。
- (6) 个人投资理财产品,是指银行对特定客户提供的量身定做的、能够更为合理有效地管理其资产负债和其他金融事务等更深层次金融服务。包括合理安排开支、合理投资、