

总 目 录

第一部分

金融服务的基本含义是什么？ (3)

对银行服务的需求..... (12)

金融服务的生命阶段方案..... (19)

第二部分

如何评价农村金融机构的行为和成绩？ (37)

金融政策..... (41)

生产力（资源）的供给..... (45)

储蓄动员：农村金融中被忽视的一面..... (51)

放款机制..... (57)

金融对农村发展的作用..... (62)

对农村金融市场的直接干预：设计与正当性问题..... (74)

第三部分

地方经济政策..... (83)

地方经济促进的目标..... (103)

区域规划和地方经济促进之间伙伴式合作的必要性和切入点
..... (120)

企业区位选择标准..... (128)

德国地方经济促进的组织..... (145)

关于中产阶级促进措施日增现象的政治经济学诠释..... (155)

公共合作伙伴关系

——它是地方经济政策一个新的选择和机遇吗？..... (164)

第一部分

第一篇

金融服务的基本含义是什么？

桂多·施特拉克、迪尔克·盖特纳 著

第一节 金融服务：基本原则

一 金融服务的基本含义是什么？

“金融服务”（Financial Services）这一概念，在美国直到70年代初才第一次明确用于扼要表述金融方面的服务（Finanzdienstleistungen）。“金融服务”至今尚无普遍有效的定义。“金融服务”可以理解为对私人顾客一手提供广泛的金融产品以及辅助性的照管服务。关于金融服务对公司客户的重要意义，这本书不予涉及。如果联系到后者，则将“金融服务”称作为“全能金融（Allfinanz）”（参见下面图表1：金融服务的特点）。

全能金融这一概念涵括所供给的全部金融服务，从汇划账户、投资品和贷款，直到现金管理与建立死者家属抚恤金等。

在此，交叉出售有着突出的作用。交叉出售是指在出售某种金融产品时，附带供给其他金融产品或劳务，以加强发掘和利用客户关系。

由此可以得出两个结论：交叉出售运作得愈好，客户便愈加

图表1 金融服务的特点

① 一手向私人顾客提供广泛的金融产品（划清同公司客户的关系）。 主题词“全能金融”： 这一概念涵括所供给的全部金融服务，从汇划账户、投资品和贷款，直到现金管理与建立死者家属抚恤金等。	③ 不断增加咨询职能的重要性，比如采用投资咨询、个人财务计划、税收咨询等形式，通常与客户保持密切的关系。
② 交叉出售（Cross - selling）： 通过附加供给金融产品，加强发掘和利用对客户关系	④ 在客户各个不同的人生阶段为其提供照管服务（即金融服务的生命阶段方案）

相信企业。而客户愈加相信企业，交叉出售便愈加容易。

交叉出售在各个企业、各种顾客群体中，乃至针对各种不同产品采取很不相同的形式。在这方面必须首先关注交叉出售的方针。向一个顾客先卖小汽车，紧接着卖保险，比先卖保险，然后再卖车较为容易。旅游服务和金融服务的组合是“解决高质量休假问题的方法”，其中存在着一些特别的交叉出售的可能性。在这方面，有代表性的例子是美国捷运公司（American Express）所提供的组合服务。在把服务供给扩展到金融服务方面时，交叉出售便包括共同提供尽可能多的、广泛的保险服务和金融服务（比如也包括提供投资证明书，提供建筑融资等）。

下面的图表概要列举了各类供给者可能进行交叉出售的潜力。

图表2 交叉出售的可能性

服务领域	基本产品	交叉出售潜力	
		附加产品	更高价位产品
保险业	基本保护	意外事故保险，法律保护	资产寿命保险，无工作能力保险
银行	汇划帐户	存折，各种用途的贷款	财产和投资咨询，房屋建筑融资
信用卡公司	信用卡	一揽子保险	旅游服务供给
商业	基本产品	非日常需求的产品	高价产品

银行产品与相应的保险供给会使人清楚地认识到，通过介绍或者说出售附加保险（交叉出售）会产生什么样的可能性：

图表3 银行产品的交叉出售

银行产品	保险
分期付款	剩余债务保险 家庭财产保险 汽车保险
建筑贷款	人寿保险 职业能力保险 建筑业主赔偿责任保险 建筑物保险 家庭财产保险
医生贷款	人寿保险 无工作能力保险 职业赔偿责任保险 营业保险
财产投资	人寿保险/终身年金保险
储蓄计划	风险－人寿保险
旅行支付手段	旅行保险 国外医疗保险

人们现在已经在投资咨询、个人财务计划和税收咨询方面行使咨询职能，作为强化与客户关系的方式，这种咨询职能在服务业市场上获得了附加的重要性。因此，根据金融服务的生命阶段方案（参见第3章），在顾客人生的不同阶段对其提供照管服务，是金融服务的重要组成部分。

在对金融服务的重要方面作了以上概述后，有人会提出问题，究竟哪些是新的和令人感兴趣的东西。银行、保险和建筑储蓄产品早已有之，而且过去也已谈到行使咨询职能或者关于生命周期中人生不同阶段的服务问题，只不过在这方面未提及金融服务业而已。首先，是不断变化的框架条件（参见图表4：对金融服务市场的影响因素）导致了人们对金融服务的兴趣日益增长。企业必须顺应这些变化。

在大的工业国中，目前正在发生大的转变，这种转变将使历

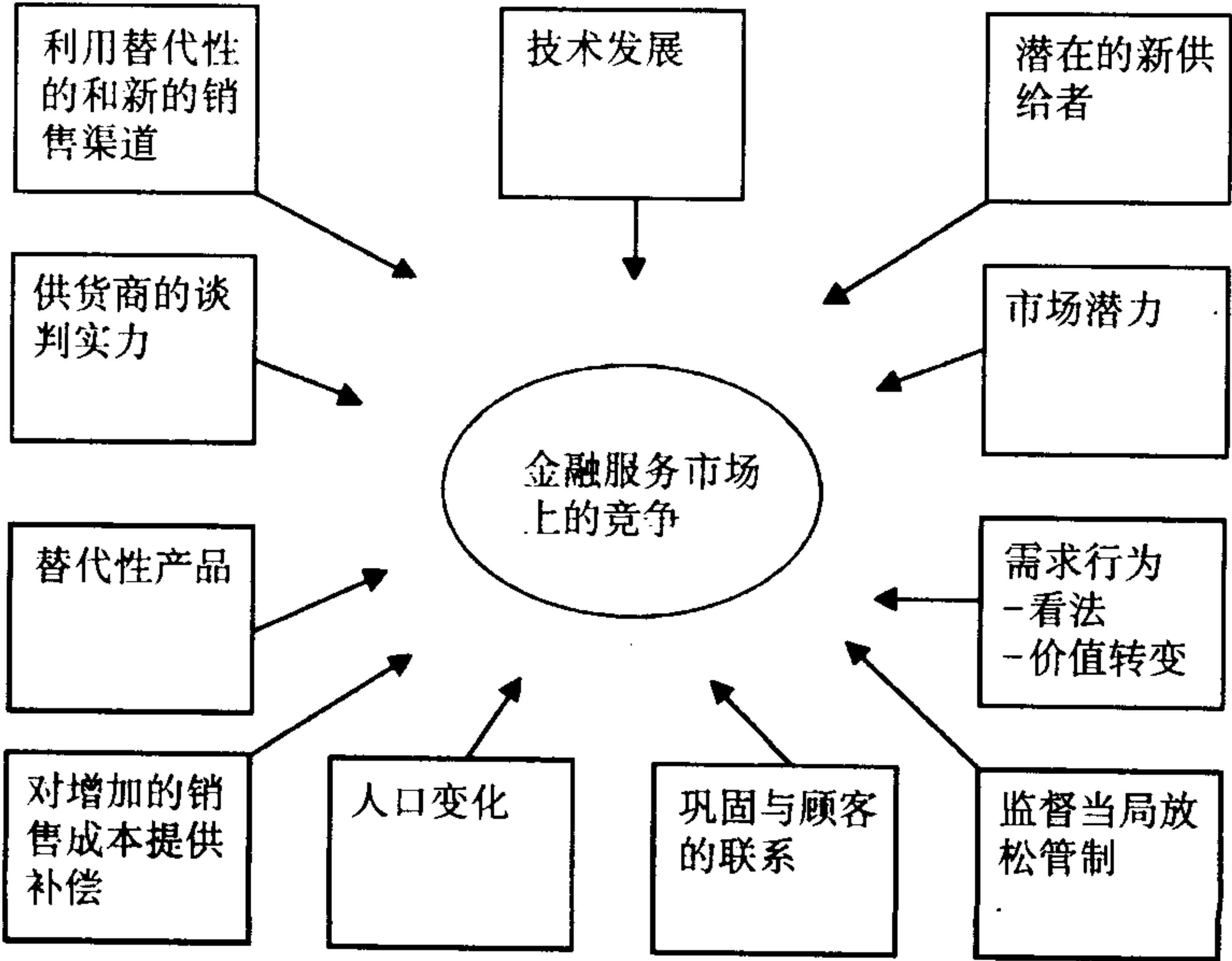
史上业已形成的市场结构和行业结构发生重大变化，而且部分变化业已发生。一方面，在有的国家中，社会 - 人口结构和私人家政的需求状况尚未发生可预见到的变革，另一方面，银行业和保险业之间在市场营销层面和生产 - 销售领域的行业界限正处于巨大变动之中。

我们在这里要对已经发生变化的、重要的有影响因素作简要叙述。现将这些因素分别列举如下：

国民经济因素：

- 对消费品和投资品需求的高度饱和以及国民经济的适度增长，
- 多数经济部门愈来愈集中并且
- 最终导致国内外市场的自由化和放松管制。

图表4 对金融服务市场的影响因素



企业经济因素：

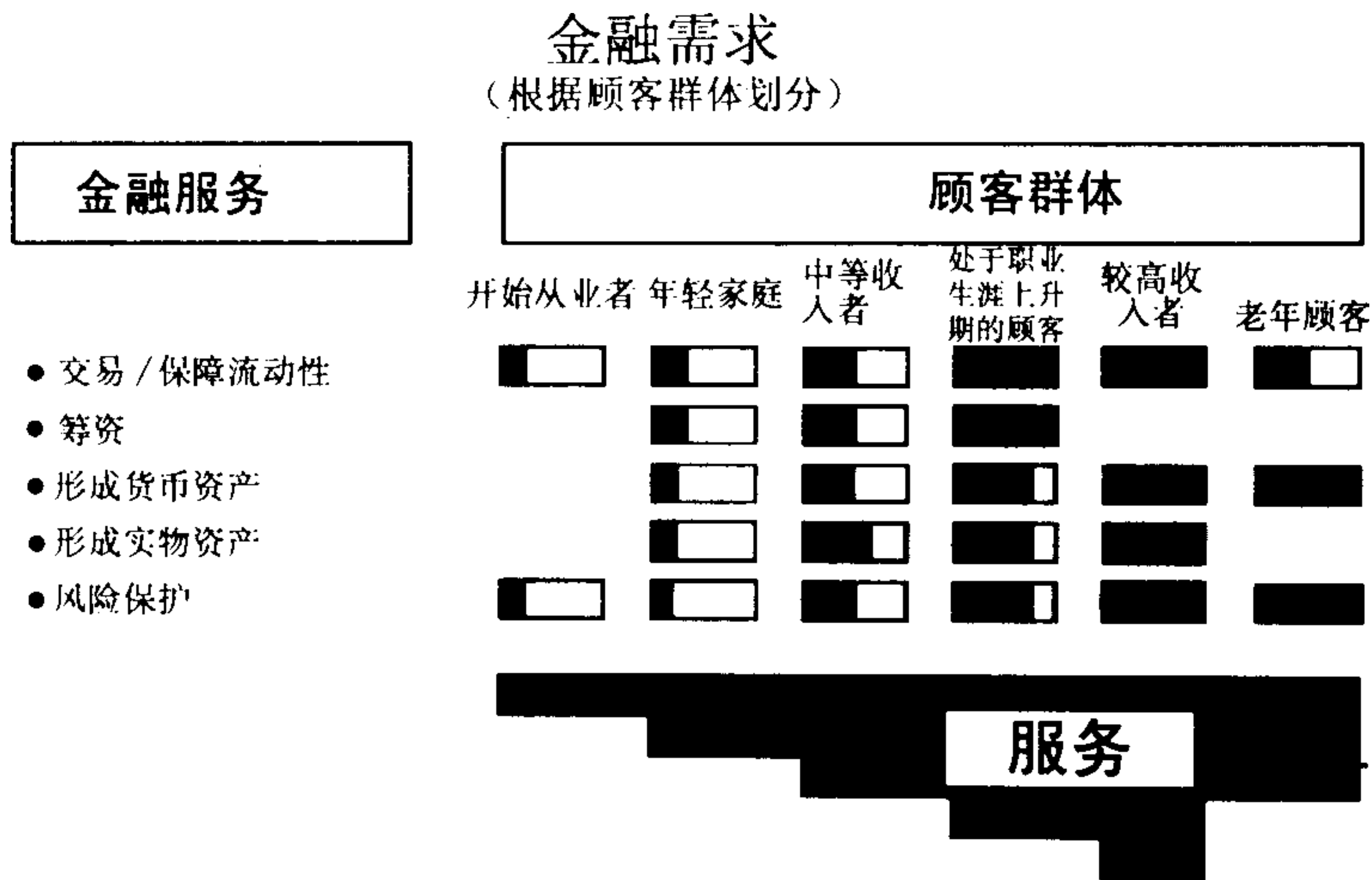
- 对金融服务的其他供给者采取防御战略（隔绝）；
- 补偿不断提高的销售成本（在银行方面，比如在依托固定场所的销售中的成本弥补问题）；
- 更好地利用现有的推销能力：现有的销售机构可以更好地充分利用。在固定成本中发生成本递减，可以获取附加收益，尤其是在银行办事处的销售中。恰恰这种依托固定场所的销售方式提供了机会，即只要付出边际性的附加成本，就可从市场通常的佣金比例中获得大量的额外收益，或者反之降低佣金，而不至于出现需要弥补成本的问题；
- 加大交叉出售的力度，提高与客户的内在联系程度；
- 扩大产品供应，获得额外收益来源；
- 解决跨产品的问题，推销跨行业的产品，通过赢得新的客户，扩大客户数量；
- 通过供给附加产品一手提供金融服务；
- 大幅度节省一般行政管理费用和总开销；
- 获得更廉价的再融资渠道。

关于金融服务对消费者的重要意义，可以这样说，金融服务（Financial Services）包括所有能满足客户金融方面需求的服务。一般来说，一个私人客户的金融需求首先在于拿到钱，进而有关的是，一方面，他要用钱支付生活方面的各种不同费用，另一方面，要存钱形成财产。除此以外的需求是，要尽可能妥善地确保收入与财产的安全。具体说来，顾客要处理以下有关金融交易事宜：

- 收入（工资、利息、礼品、遗产等）；
- 支出（养家糊口等）；
- 储蓄 - 投资（预防措施，独立自主，形成财产，投资和收回投资）；

- 保护收入、储蓄、投资和财产的安全。

图表5 按照顾客群体区分服务需求



上述交易事宜都是面向特定的金融目标。在开始采取具体步骤之前，必须对这些目标进行审慎分析和评估。例如，必须考虑到，顾客能否用现有资金实现自己的愿望，或者是否资金不足。能否在退休时充分保障供养，这个问题也很重要。在作出有利于某种交易的决定后，需要在交易过程中对它进行定期监督：必须考虑到，支出或投资是否有利可图。

面对越来越复杂的不断变化的市场形势，计划需求和行动需求不断增加，并且要求有更多的专业知识（参见图表5：按照顾客群体区分服务需求）和根据不同的顾客群体作好服务工作。

现列举服务供给如下，从中可见其多样性：

- 贷款融资：
- 透支贷款
- 分期付款
- 抵押贷款
- 投资：
- 定期存款

	储蓄存款
	储蓄与建筑储蓄合同
	储蓄券
	投资证书
	有价证券
	黄金（铸币、条、锭）
	节约税收支出的柏林贷款 （Berlin-Darlehen）
	房地产
	参股
支付往来：	活期存款
	汇票，长期委托
	支票往来
	外汇交易
	信用卡、旅行支票
保险：	各类人寿保险
	私人医疗保险
	事故保险
	赔偿责任保险
	家庭财产保险
咨询、中介服务：	投资咨询
	房地产中介服务
	税务咨询
	个人财务计划
	退休金计划

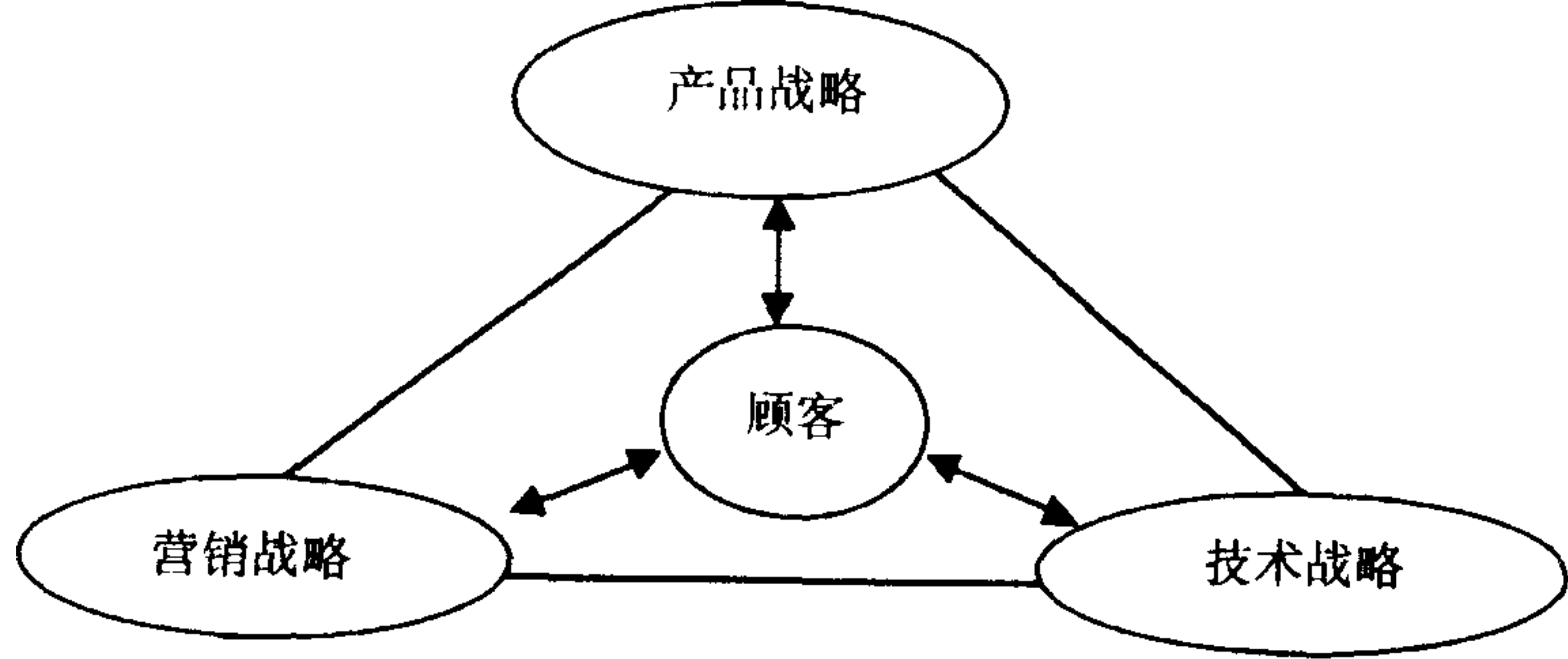
图表6 根据顾客需求划分的金融服务产品

处理交易和保障流动性	形成货币资产	形成实物资产	风险保护
支付外来 活期存款 透支贷款 信用卡 公期贷款 私人贷款	储蓄存款 储蓄券 定期存款 有价证券 资产寿命保险	抵押和期中融资 建筑储蓄与贷款	实物保险 (人寿‘风险保险’) + 资产寿命保险 无工作能力保险 事故保险 私人医疗保险

如果选择一种面向实际操作的、以四类粗略的需求范围为依据的划分办法，那么可以按照顾客群体的不同区分金融服务产品（参见图表6：根据顾客需求划分的金融服务产品）。从顾客的角度看，在考虑到上述国民经济和企业经济的诸多因素或其发展的情况下，金融服务的定义可表述如下：

金融服务是指有助于行使一种或多种金融职能（如收入、支出，财产的形成和保护等）的服务，或者完全承担履行这些职能的服务。其前提条件是存在一种面向充分利用潜在协同作用的市场营销方案，这一方案使产品战略、营销战略、技术战略联合成为一个一体化的总体战略。

图表7 金融服务的定义



金融服务是指有助于行使一种或多种金融职能（如收入、支出，财产的形成和保护等）的服务，或者完全承担履行这些职能的服务。其前提条件是存在一种面向充分利用潜在协同作用的市场营销方案，这一方案把产品战略、营销战略、技术战略结合成为一种一体化的总体战略。

企业对这种捆绑型战略方案的兴趣，既可解释为行业中的动荡不安，也可解释为供给者日益愿意与邻近行业的企业进行合作。

从企业经济来看，首先考虑的是多样化和合理化。企业试图以这些战略充分利用一切现有的关系和机构，目的是赢得额外的市场份额，并使这些现有关系和机构安全地存在下去。

通向全能金融企业的道路是一项适应战略的重要组成部分，人们力图借助该项战略适应已经发生变化的德国和欧洲市场条件。

第二篇

对银行服务的需求

埃里希·普里瓦舍尔 著

1. 对货币资产的需求

我们认为，非银行企业以及公共财政部门 and 私人家庭是作为对货币资产的需求者出现的。

这种需求包括以下资产：

- 现金；
- 活期存款；
- 定期存款；
- 储蓄存款；
- 有价证券；
- 债权人证券；
- 股份证券；
- 混合形式以及
- 其他无书面契约形式确认的债权。

可以在信贷机构和准货币领域内的机构取得金融资产，也可以在其他经济部门的企业或者非企业单位取得。

在需求结构方面，从现在的认识水平看，这一国民经济变量是以马尔科维茨（H.M.Markowitz, 1959年）的有价证券组合理论为基础的。根据这种有价证券组合理论，人们力图实现旨在使

资产净值最大化的资产结构。按照典型的凯恩斯理论，实际收入和利率的高低是决定性因素，而根据有价值证券组合理论，需求是从现有资产存量和可替代投资方式的收益中推导而来的，也就是说，是从诺伊曼（Neumann）和摩根斯坦恩（Morgenstern, 1947）的预期效用论公理体系推导而来的。与此相偏离的行为被称之为“失范”，古典派有价值证券组合论的批评家对这种失范行为的存在及其对投资者态度的影响进行了辩论。

每种资产的全部用途是根据诸多因素如收益、投资风险、信息成本和交易成本、资金运作能力和便捷程度等决定的。从这些因素、特别是收益和风险这两种因素中可以清楚地看出，最佳资产结构要求投资者混合各种资产。在评价风险这种因素时，尤其要注意投资组合。1987年，至迟1989年市场行情的出现，清楚地显示出股票投资是非常多变的。但随着投资期间的拉长，恰恰是股票和固定利率的有价值证券的市场表现的差别，便清楚地显现出来。在联邦德国，1955—1988年，股票市场的平均表现为年均名义收益率为13%（实际收益率为9.8%），而同期债券年利率实际上只有4.1%，3个月银行定期存款折合年息只能达到2.6%（Keppler, M., 1990, 610）。

与此同时，有目共睹的是，如果收益或在投资风险方面的相对变动超越了投资者的不反应范围，那么它们会引发资产头寸组成的变化。如果人们预期利息固定的有价值证券的市场利息将要提高，那么，在重新组合资产时人们会倾向于增加该种资产的比重。

人们也可以发现不同国家的全国性市场在国际层面上存在的风险—收益联系。在这方面，德国固定利息的有价值证券市场与荷兰的证券市场有着非常高相关度，而与英国的债券市场则仅仅存在一种相对松弛的关系。

现在我们进一步探讨一下各个经济部门的需求问题。对于非

银行企业来说，可供选择的投资渠道包括货币资产、实物资产和人力资本。对货币资产的投资由此与其他两种资产的存量大小处于一种竞争关系之中。必须考虑到，非银行企业的基本任务绝对不能立足于货币资产的形成，而是应该立足于履行生产、贸易或服务业职能。尽管货币资产、实物资产和人力资本的效用处于一种此消彼长的竞争关系之中，但是在偏好无差异情况下，对货币资产的需求只是一个剩余量值。

投资实物资产和人力资本的好处首先与未来赢利的预期有关，在企业的投资决策中，这种预期属于一种战略性变量，足见其地位之重要。因而，人们可以从中辨析出一种与货币资产的形成相联系的经济景气因素。

由此可见，非银行企业的货币资产起着流动资金储备的作用，或者克服投资资金回流及其向实物资产和人力资本再投资之间在时间上不匹配的矛盾。

经验分析表明，非银行企业对现金、活期存款和定期存款等种短期资产的需求规模比私人家庭的需求大得多，对短期资产的需求量在经济景气时期比衰退年份低得多。这在对定期存款的需求方面显得尤为突出，这种需求具有明显的反周期性倾向。在长期资产方面，对股票的需求占优势。参股的动机在这里居突出地位。

迪洛尔夫（Dierolf, 1990年）论证了与企业规模有关的需求结构和企业对银行的忠诚程度。

从对不同规模企业的需求结构的比较来看，对于销售额在1亿德国马克以内的小型企业中，其需求增加的比例低于销售额增加的比例；对于年销售额为1—5亿及5亿以上德国马克的大型企业中，人们往往猜测企业对货币资产的需求量随着企业规模的扩大而递减，但人们并不能证实这种递减倾向的存在。一种可能的解释是，在企业规模日益扩大情况下，财务管理愈来愈失效。

企业新近对此作出的反应是，要求建立自己的金融机构即公司法人银行（Corporate Banks）和实行行之有效的现金管理。

公共财政部门通常情况下是以纯粹借款人的面目出现的。入不敷出导致财政赤字，必然需要在国内市场和国外信贷市场上举债以弥补赤字。联邦和各州的短期资金以及平衡基金和欧洲复兴计划基金这两种特别资产只能在一定程度内在信贷机构中反映出来，即在联邦银行在其投资政策范围内要对这些资产投资表示同意的程度内。从其总量来看，公共财政部门对活期存款、定期存款的需求，首先在储蓄部门，在公法地产贷款抵押银行以及在一些特别信贷机构中具有重要地位。

在私人家户中，首先要在选择储蓄还是消费方面作出原则性选择。如果有人用放弃消费或延期消费为储蓄存款下定义，那么，这会使人在评估私人家户时得出消极的看法，完全相反，消费则会引起人们的积极联想（即“享受”）。虽然在储蓄和消费之间存在一种直接的非此即彼的竞争状况，但信贷机构的储蓄广告不会宣传放弃消费或延期消费，而是首先宣传提高消费。货币资产的形成要取代短期消费，这会使得人们过渡到在未来消费更高档、更耐用的物品。

从私人家户的储蓄率发展角度看，凯恩斯关于随着收入的不断增加，储蓄率会超比例上升的理论并没有得到验证。论证严密的、涵括很长的时间序列数据的调查研究证实，不管是对德意志联邦共和国还是可比较的其他工业国来说，在名义和实际收入不断提高的同时，储蓄率始终恒定不变。

私人家户对现金和活期存款的需求带有周期性，并存在总体下跌的趋势。就需求结构而言，长期资产，尤其是储蓄存款明显居支配地位。这一点在私人家户的实际收入不断增加的过程中发展成为银行成长的决定性因素。在利息关系倒挂期间，例如从80年代中期以来所看到的那样，会发生短期存款替代长期存款