

商业银行金融产品创新问题研究

王志遥¹, 温亚平², 许安心¹

(1. 福建农林大学 管理学院, 福州 350002; 2. 成都信息工程学院 统计学院, 成都 610041)

摘要: 基于商业银行金融产品创新方面的问题, 提出对应的建议。首先介绍了我国商业银行金融产品创新的发展历程和发展现状, 使商业银行对自身有清楚的认识; 其次重点阐述了金融产品创新过程中所存在的问题, 主要集中在创新程度、市场定位、创新体系建设和创新风险意识等方面; 最后针对前文提到的问题, 结合商业银行自身的状况, 提出了促进商业银行金融产品创新发展的对策建议。

关键词: 商业银行; 金融产品创新

中图分类号: F830 **文献标志码:** A **文章编号:** 1671-1807(2014)09-0154-04

金融产品是以资金融通为目的的各种载体, 其创新是以客户为中心, 在技术、思维、产品组合等方面创新, 不断的为客户提供金融服务, 最终实现银行的利益最大化和风险最小化。随着金融机构的市场化改革和居民人均可支配收入的增加, 金融创新已然成为商业银行变化最快、竞争最激烈的领域, 其产品的需求和供给都大幅增加。因此, 对商业银行金融产品的创新情况进行全面深入的了解就显得十分必要。

1 商业银行金融产品创新的发展历程

改革开放以前, 由于我国实行的是计划经济体制, 资源不需要通过市场这个媒介来进行交易, 金融产品就没有任何用武之地, 商业银行成了财政部门的“出纳机构”。在此环境下, 金融产品创新没有任何意义, 发展路径也就此中断。

改革开放以后, 随着计划经济向商品经济和市场经济的转变, 我国真正意义上的现代银行业也开始产生。发展至今, 走过了三十多年的历程, 商业银行的金融产品也经历了许多的创新, 主要表现在①负债业务: 从最初的活期存款、定期存款等简单的品种发展到当今的通知存款、零存整取、整存零取、定活两便、教育储蓄等, 同时个别商业银行还推出了与证券投资相结合的新型存款产品; ②资产业务: 从最初简单的贷款业务发展到现在的各类抵押贷款、质押贷款、担保贷款、个人消费贷款等; ③中间业务: 作为最常见的代理收付款业务, 其范围由最初的代理收付款、代理

缴费等扩展到现在的资产托管、风险管理、财富管理、理财等附加值较高的类型。

2 商业银行金融产品创新的发展现状

20 世纪 90 年代以后, 随着我国金融市场的逐步开放和银行产权制度改革的推进, 金融产品创新得到了迅速发展。商业银行陆续推出系列性的创新产品, 改善了融资结构, 满足了顾客多样化的金融需求。现阶段, 我国商业银行的收入已转向多元化, 创新产品不断更新, 如理财产品、资金托管、企业年金、投资银行等^[1]。同时, 在 2013 年 10 月, 银监会批准从负债端推出银行理财资产管理计划^[2], 同时从资产端推出债权直接融资工具, 这大大推进了银行理财业务的重大创新。纵观整体情况, 我国商业银行金融产品创新的发展现状主要表现在以下几个方面。

2.1 金融产品发行数量和发行规模明显提速

2012 年全年, 银行创新产品市场共有 120 家银行参与发行, 合计发行 31 673 款金融创新产品^[1]。结合图 1 可知, 自 2004 年起, 银行业的创新产品发行数量和发行规模都呈快速增长趋势^[3]。虽然受 2008 年金融危机的影响增长缓慢、增速放低意外, 其他年份增幅都较大。

同时, 就 2013 年的发行量而言, 截至 2013 年 9 月 30 日, 156 家银行共计发行金融创新产品 11 258 款^[4]。从年初到 9 月底, 发行量也成缓慢增长态势, 如图 2 所示。

收稿日期: 2014-06-03

作者简介: 王志遥(1987—), 男, 河南洛阳人, 福建农林大学, 硕士研究生, 研究方向: 市场营销, 企业管理; 温亚平(1988—), 女, 河南伊川人, 成都信息工程学院, 硕士研究生, 研究方向: 统计学, 金融学; 通讯作者: 许安心(1975—), 男, 福建泉州人, 福建农林大学, 副教授, 企业管理博士, 研究方向: 营销管理、品牌管理、零售管理、农产品贸易与营销。

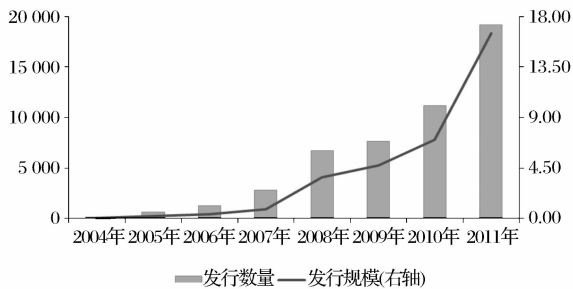


图1 2004年至2011年银行金融创新产品发行数量及规模情况
数据来源：普益财富。

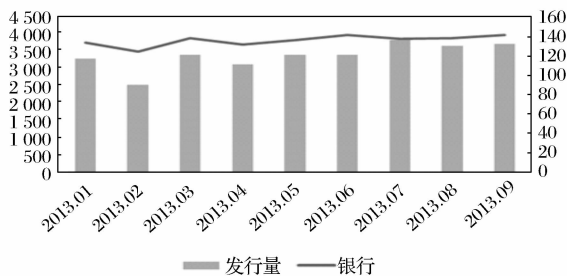


图2 2013年前三季度参与发行金融创新产品的银行数量和产品的发行数量
数据来源：Wind 资讯。

2.2 股份制商业银行是发行主力,城市商业银行为后起之秀

2013年前三季度,从银行金融服务创新产品的发行主体来看,国有控股商业银行、城市商业银行竞争激烈,分别发行3 509款和3 516款,不相上下,产品市场占比分别为31.17%、31.36%,城商行凭借9月的冲刺,最终微微领先国有制银行;股份制商业银行发行3 315款,产品市场占比29.45%;其他银行发行8 055款,产品市场占比上升至7.15%,出现小幅攀升;外资银行产品发行113款,市场份额不到1%。且2013年的第三个季度,前十大银行发行的金融创新产品总数为5 539款,占总发行量49.20%。建设银行以1 343款的发行量,大幅领先;工商银行发行688款,位列第二;中国银行发行681款,紧随其后。发行榜前三被国有控股商业银行垄断,发行量前十位的银行均为国有控股商业银行或股份制商业银行,未出现城市商业银行的身影^[4]。

2.3 产品以非保本类为主,“浮动收益”趋势显现

就收益而言,纵观近年来各收益类理财产品的状况可知(如表1),非保本浮动收益类产品余额占总余额的比例逐年增加,一度在2012年达到70%。同时,“浮动收益”类的产品占比也不断攀升。所以,商

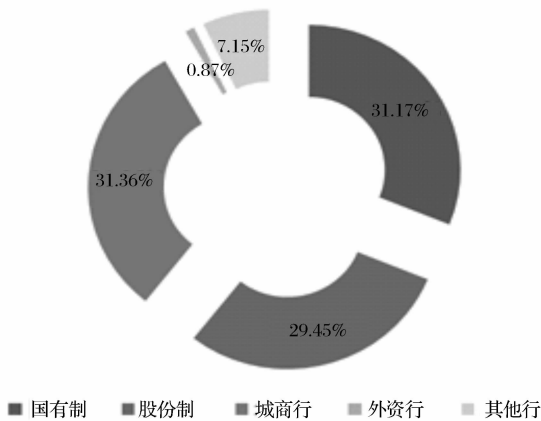


图3 2013年各类银行的市场份额
数据来源：wind 资讯。

业银行的金融理财产品仍然以非保本类为主,且“浮动收益”的趋势崭露头角,逐渐呈现。

表1 2010年至2012年各收益类理财产品余额占比情况

	2010 年	2011 年	2012 年
保证收益类理财产品余额占比	25.34%	25%	10%
保本浮动收益类理财产品余额占比	19.34%	16.35%	20%
非保本浮动收益类理财产品余额占比	55.32%	58.65%	70%

数据来源:由《普益财富 2011—2012 年银行理财市场年度报告》和《2012 年度银行理财市场报告》公布数据计算所得。

2.4 整体创新性不断增强

在当今转变经济发展方式、服务实体经济的浪潮下,银行业从融资渠道、服务便利性和成本节约等角度,积极开展金融产品创新,主要表现在三个方面:首先,进一步创新和推广专营机构、信贷工厂、产业链金融等服务模式,开展林权、农村土地承包经营权、宅基地使用权和知识产权等抵质押担保方式试点^[5],提高金融服务的可获得性;其次,积极开展包括资产管理、兼并收购、咨询顾问等在内的综合性“一站式”金融服务,大力发展电子银行、银行卡等业务,提高金融服务的针对性和便捷度;再次,注重金融创新与科技融合,强化自助设备、网点可视化系统等基础设施建设,优化客户体验。例如,吉林银监局探索土地收益保证贷款试点,招商银行探索移动金融创新,交通银行推出远程智能柜台 ITM,邮政储蓄银行推出电视银行等。

3 商业银行金融产品创新的问题分析

3.1 金融产品创新程度处于较低水平

随着我国经济发展水平不断提高,虽然商业银行的金融产品创新水平逐步提升,但由于目前我国处于社会主义建设的初期,经济市场化不高,且受计划经济思想影响严重,导致当前阶段商业银行在金融产品创新方面只注重数量扩张,不注重质量提升^[6]。同时,大多数金融创新产品在借鉴国外产品时,也只停留在“中国制造”阶段,没有实行“中国创造”。这都导致原创性的金融产品缺乏,创新处于“克隆”模式的初级阶段,最终造成由于“水土不服”等原因而导致产品“本土化”过程中的不良反应,严重损害内生活力,造成资源浪费。

3.2 产品市场定位模糊,同质化程度较高

目前,我国商业银行的金融产品创新由于发展时间短,缺乏经验,总体水平仍处于初级阶段。产品没有真正做到以客户为中心,市场细分不明确,个性化特征不明显,专属性的产品和服务欠缺,市场定位模糊,造成创新产品的营销效率低下。同时,在这个“银行揽储”现象盛行时期,金融产品的创新结构较为单一,以负债类居多,资产类和中间业务类相对过少,产品同质化程度较高。根据银行经营发展的“二八定律”,即20%的客户能为银行经营带来80%的利润,对市场进行细分,针对不同客户提供不同的理财产品,是未来金融产品创新发展的必然。

3.3 金融产品创新体系存在漏洞

目前,商业银行金融产品创新体系的不完善主要表现在两个方面:其一,在产品的开发阶段,缺乏对成本—收益的有效评估^[7]。对大多数商业银行而言,提高市场占有率是金融产品创新的主要目的,对创新产品的收益却关注度较低,对潜在的风险和未来的收益缺乏合理分析,对未来的收益评估不足。其二,信息反馈机制不完善。在产品创新的整个过程中,事前的信息收集和事后的信息反馈较为不足,对产品投放市场之后的市场占有率、顾客满意度等指标缺乏跟踪,而且系统内人员的信息也不能及时有效的进行沟通,致使产品在满足顾客需求等方面十分被动,直接阻碍了未来的金融产品创新。

3.4 产品创新的风险防控意识薄弱

进行金融创新的目的之一在于转嫁风险,而从本质上讲,金融产品创新过程又会产生新的风险,因此强化金融产品创新的风险防范意识是必要的。否则,金融产品的创新不仅会在收益上损失重大,也会使产品的经营风险不断增加。目前,在我国商业银行的产品创新过程中,一般是创新在前,制度在后,两者间

隔的时滞相对较长,这种管理模式使得产品创新在一段时间内处于“无人监管”的状态,其操作和运用等都带有很大的随意性,蕴含的风险较高。

4 提高商业银行金融产品创新度的对策建议

展望当前形势,我国经济社会发展的基本面长期趋好,为银行业持续健康发展创造了有利条件。但是,在外部冲击和内部转型的压力下,银行业面临的风险日趋复杂,风险管控的挑战日益加大。《金融业发展和改革“十二五”规划》强调,要推进金融服务专业化、特色化、精细化、品牌化建设^[8]。因此,对于商业银行而言,提高金融产品的创新能力是大势所趋,也是迫在眉睫。

4.1 坚持科技创新,重视信息管理,提升产品创新的发展层次

目前,中国的理财市场还是个新兴市场。打造自己的研发、创新、管理团队,获取市场的最终利益,是各商业银行当前的重要目标之一。首先,应坚持科技创新战略。在当今科技发展日新月异的时代,银行业的金融产品创新应大力依托电子信息技术,把科技发展和业务创新紧密结合,创新金融产品的种类和形式,推出更适合、更便捷、更智能的产品和服务,不断改善服务的系统结构。其次,加快推进管理信息系统建设,为产品创新提供更加精确、全面的数据实时分析服务,同时,构建强大的客户信息数据库。在大数据时代下,充分利用自己的数据资源,领先一步,提高市场灵敏度,率先发现先机,在抢占市场的同时,也能为客户提供更加合理和优质的服务。

4.2 以客户为中心,加强合作,实行差异化经营

第一,对客户市场进行细分。针对不同层次的顾客,研究他们的需求特征,然后推出不同的金融产品,增加个性化服务,以此避免产品的重复性和同质化,扩大市场占有率,提升商业银行自身的竞争能力。第二,要加强与保险、证券、期货等行业的合作,不断开发新产品,促使产品种类的多样化发展,扩大业务范围,实施特色化经营。第三,逐步完善电子银行服务,结合最新科技,强化产品的服务功能建设,推进金融服务的精细化和品牌化建设。

4.3 调整目标,强化管理,完善金融产品创新体系

面对商业银行金融产品创新体系中成本—收益评估不足和事前收集、事后反馈不到位的情况,在如今银行竞争日益激烈的情况下,按照市场营销的定价销售策略,我们应调整创新开发产品的主要目的,把收益最大化和成本最小化作为创新的首要,而不是提高市场占有率。在产品开发的整个过程中,都应始终

关注成本和收益两方面的最优,坚决避免“斜视”,以点到面,不断扩充,最终在市场中牢牢站稳脚跟。同时,健全信息反馈机制,事前信息搜集、事中控制和事后反馈应有序结合,及时沟通,做到及时完善和改进产品,最终使其更适合顾客的需求。另外,建立人才创新机制也至关重要。创新人才是商业银行创新发展的最强内动力,因此,银行应充分重视创新成果,对有成果的人才给予丰厚的创新激励,留住核心人才,提高员工的忠诚度,是银行金融创新能力不断攀升的重要举措。

4.4 细化过程,长效防控,强化金融产品创新风险意识

面对来自金融危机的影响,国内银行在理财产品业务创新方面不得不谨慎行事。每一次的产品创新都是对现有的风险平衡机制的打破,故此,建立风险评估机制,提高产品创新的风险意识,对创新过程中可能产生的风险进行有效、合理的评估,并及时做出调整反应,就显得非常重要。实际操作中,第一,应细化产品创新的每一个过程,逐步控制和化解风险,同时也建立风险各因素的联控机制,探索各风险因素之间的动态关联,确保整个过程结束以后的风险达到最小化,压缩在银行可接受的范围之内;第二,培育稳健创新的风险文化,形成创新和风险相统一的工作氛围,把防控风险文化贯穿到日常的创新活动中去,注重风险与收益的匹配,使风险控制意识得以长效贯穿。

4.5 规范操作,保护产权,完善金融产品创新的法律法规

全国人大财经委副主任委员吴晓灵 2012 年 9

月 23 日在上海某论坛上表示,如果不对一个金融产品的法律关系给予明确界定,就不会有风险承担的明确问责,这对银行非常不利。商业银行的金融产品创新要想实现“基金化”、“证券化”的先决条件就是规范化,所以,银行亦渴望相应法律法规的立法完善。结合当前形势,完善商业银行金融产品创新的法律法规,主要应在以下两方面努力:首先,应出台针对银行金融产品创新的相关法律,对其经营范围、经营手段、经营方式等内部环境和相关的外部环境进行详细规划,坚决杜绝任何种类的乱象发生;其次,应对金融创新产品的产权进行依法保护,鼓励产品创新,敦促商业银行转型重视研发,提升自身创新能力。

参考文献

- [1] Wind 资讯. 2012 年度银行理财市场报告[R]. 上海:Wind 资讯金融情报所,2013.
- [2] Wind 资讯. 银行理财产品市场月报(2013 年 10 月)[R]. 上海:Wind 资讯金融情报所,2013.
- [3] 普益财富. 2011—2012 年银行理财市场年度报告[R]. 上海:上海普益投资顾问有限公司,2012.
- [4] Wind 资讯. 银行理财产品市场季报(2013 年三季度)[R]. 上海:Wind 资讯金融情报所,2013.
- [5] 中国银行业监督管理委员会办公厅组. 中国银行业监督管理委员会 2012 年报[M]. 北京:中信出版社,2013:38.
- [6] 高铮. 我国商业银行的产品创新问题研究[D]. 北京:首都经济贸易大学,2012.
- [7] 陈学光. 商业银行金融产品创新研究——以农业银行惠农产品为例[D]. 福州:福建农林大学,2012.
- [8] 中国人民银行,中国银行业监督管理委员会,中国证券监督管理委员会,中国保险监督管理委员会,国家外汇管理局. 金融业发展和改革“十二五”规划[R]. 北京:2012.

Study on the Problem of the Commerical Bank Financial Products Innovation

WANG Zhi-yao, WEN Ya-ping, XU An-xin

(College of Management, Fujian Agriculture and Forestry University, Fuzhou 350002, China)

Abstract: Based on commercial bank financial products innovation problems, put forward the corresponding Suggestions. The first describes the history and development status of China's commercial banks to finance the development of product innovation, so that commercial banks have a clear understanding for themselves. Second, the process of financial innovation problems are mainly focused on the degree of innovation, market positioning, innovation system and innovation risk awareness and so on. Finally, we put forward to countermeasures and suggestions to promote the innovation development of commercial banks financial products.

Key words: commercial banking; the innovation of financial products