

Analysis of the Role of Personal Finance Services in Promoting the Growth of Bank Performance—Taking Wanzhou Branch of CCB as an Example

Dan Li

Chongqing Vocational College of Finance and Economics, Chongqing, 402160, China

Abstract

Since 2002, China Construction Bank has tried to carry out personal finance business nationwide, and began to publicize the “Le Dang Jia” personal finance business brand nationwide in October 2003. Since its development, the types of financial products have become increasingly rich, including “profit profit” “exchange profit” “Qianyuan” “online banking special” and other series, as well as traditional treasury bonds, funds, precious metals and so on. In 2019, Chongqing, China achieve a regional GDP of 2360.577 billion yuan. Personal finance business has good revenue contribution rate and huge market growth potential. However, with the development of personal financial services, there are many problems that limit the development of commercial banks and financial services. This paper mainly takes Wanzhou Branch of China Construction Bank as an example to explore the development of personal financial services.

Keywords

China Construction Bank; personal finance business; performance growth

浅析个人理财业务在银行业绩增长中的促进作用——以建设银行万州分行为例

李丹

重庆财经职业学院，中国·重庆 402160

摘要

中国建设银行自2002年开始在全国试行开展个人理财业务，2003年10月在全国开始宣传“乐当家”个人理财业务品牌。发展至今，理财产品种类日益丰富，有“利得盈”“汇得盈”“乾元”“网银专项”等系列，也有传统的国债、基金、贵金属等。2019年中国重庆市实现地区生产总值23605.77亿元。个人理财业务具有良好营收贡献率和巨大市场增长潜力。然而，个人理财业务发展的同时，也出现不少问题限制了商业银行和理财业务发展。论文主要以建设银行万州支行为例，探讨个人理财业务的发展问题。

关键词

建设银行；个人理财业务；业务增长

1 引言

随着经济增长，个人收入提高，家庭可支配收入不断增加，无论家庭或是个人，都有投资理财促进财富保值和增长的需要。商业银行作为专业的金融机构，具有良好的投资发展基础，个人理财业务占据商业银行利润半壁江山，其发展情况干系重大。

2 中国建设银行万州分行个人理财产品发展现状

目前，中国建设银行个人理财业务品类多样，业绩增长

状况良好。主要包括“利得盈”理财产品、代客境外理财业务（QDI）、人民币结构性理财产品（QUANTO）、个人外汇结构产品（汇得盈）等。

截至2019年末，中国重庆万州分行个人客户经理比年初增加了159人，其中5人获得了AFP资格。

据建设银行年报，2020年，建行自主发行理财产品6496期，发行额逾3.7万亿。

截至2019年9月30日，建设银行资产负债增长平稳，存贷款增速较快。资产总额245,177.30亿元，较上年末增加12,950.37亿元，增长5.58%。2018上半年理财产品业务收入65.52亿元，较上年同期减少58.29亿元，降幅达到47.08%。

【作者简介】李丹（1990-），女，中国重庆人，博士在读，助教，从事经济金融及经济增长等研究。

3 中国建设银行万州分行个人理财产品发展中存在的问题

3.1 业务类型偏传统，创新度不够

中国建设银行是中国早期商业银行之一，目前管理观念仍偏向存贷款业务。同时目前大多银行用存贷比的高低来衡量银行的盈利情况，使得建设银行更加注重传统性业务。万州分行倾向于鼓励网点狠抓存款等基础性业务，尤其是在年中和年末。而且万州分行在对员工销售产品单价考核时，对于时点员工新增存款的激励单价一般比同期时点的个人理财产品激励单价要高。在个人绩效利益驱动下，客户经理重视基础性业务，无心理财产品经营销售。

3.2 个人理财产品宣传力度不够、交易渠道狭窄

作为五大行之一的建设银行，客户信任基础较深。经调查发现，个人理财产品在客户群众存在较大的产品认知缺陷，以万州分行为例，客户对利得盈系列、睿鑫、建行财富的产品不是很熟悉。并且客户大多数是从银行柜台了解理财发布的信息，极少用到媒体、互联网等。同时，由于工作量大，大堂工作人员也不能及时将宣传册发给正在排号等候的客户观看。现在的市场环境下，客户主要还是通过传统的途径了解理财产品信息，如银行柜台、银行短信提醒、网上银行等。但交易方式仍以现场交易为主，建议便利性不够，交易渠道单一（如图1、图2所示）。

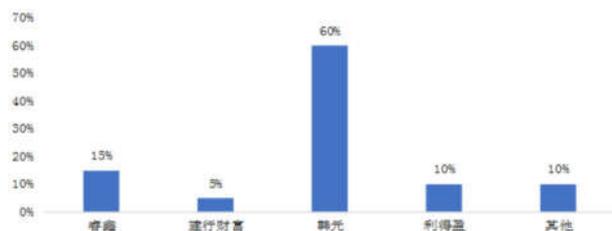


图1 建行理财产品系列分布图

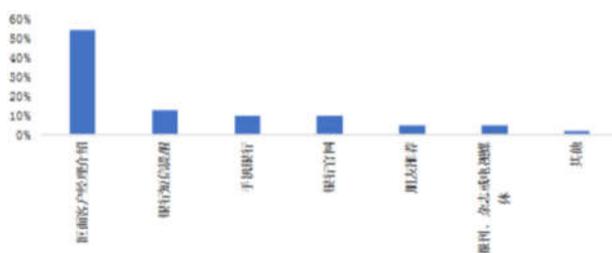


图2 客户了解理财产品的途径

3.3 理财产品同质化现象严重

中国建行万州分行虽然推出的个人理财产品名目众多，但大多数理财产品均是证券、外汇、基金等投资产品的整合或组合，且产品的设计与流程基本相同。例如，“利得盈”“汇

得盈”“建行财富”系列理财产品。同时，中国建设银行中山分行还开展保险代理、代为客户缴纳各项费用、代为兑换债券，每月向客户提供银行交易账单；定期提供经济形势及金融政策、股市、汇市行情及资讯；对客户办理多种业务提供适当减免手续费或其他优惠等。这些业务层次低，其他银行能够模仿，具有复制性强，而且没有体现本行自己特色的产品规划和理念，对个人客户来说也缺少实际吸引力^[1]。

3.4 缺乏高素质专业性的理财人员

目前建行万州分行的理财工作人员大都只是向客户简单地介绍、宣传和推荐理财产品。理财工作人员对客户销售时，并没有以客户为中心，以客户需求为基础，没有形成创造和维护客户价值的服务理念。在工资绩效的压力和提高自己薪资的目的下，理财工作人员就不会考虑银行整体的效益和长久的发展，更不用说根据客户的情感进行营销和售后的客户维护问题。在调查中我们发现，万州分行的理财客户经理与银行柜员大多数是轮岗管理，关于理财业务这块并没有专业的具备完善的金融知识和技术的人才，而且现在即使可以利用广泛的网络信息资源，也没有根据客户的收支状况和个人需求，为客户提供量身设计的个性化服务的能力。在调查中也发现，部分理财客户经理的服务态度还有待提高，尤其当客户很多时，许多理财客户经理都应接不暇。

4 对中国建设银行万州分行个人理财产品问题提出建议与对策

4.1 加强个人理财产品理论培训

随着利率市场化进程的加快，近年来中国重庆万州金融机构数量的增多，建设银行万州分行应认识到市场竞争压力增大，存款与贷款之间利息差越来越小。万州区人民的理财意识不断提高。首先，万州分行要想从根本上改变对个人理财产品的认识，应该改变注重存款的管理观念，加强学习理财产品的相关知识。认识到理财产品有利于商业银行中间业务的发展，可以对银行其他相关业务有促进作用。这样不仅有利于获取优质客户，而且对提高万州分行的整体竞争力有很大帮助。万州分行可以在晨会时宣传这种思想，存款理财两手抓。其次，万州分行在考核员工销售产品单价时，应该注重绩效激励的合理性，提高时点员工同期时点的个人理财产品激励单价，可以调动工作人员对理财产品销售的积极性。最后，万州分行应该派理财客户经理去省行或者总行培训或参加各个银行组织的交流会，及时了解理财业务管理的动态，学习其他银行理财业务的经验。

4.2 加强个人理财产品营销战略宣传

在营销宣传方面，万州分行可根据具体客户需求和理财产品分布状况，充分利用互联网，电视和杂志报刊的宣传。

可以在万州电视台、万州日报等一些具有代表性,影响效果好,宣传力度强的媒体上宣传,来增加建行理财产品的品牌效果。同时,也要提高农村人们理财意识,优先获取农村优质资源。随着互联网的快速发展,很多人开始关注网上发布的产品,所以现阶段,要将营销渠道的重点向互联网方向倾斜,互联网广告的宣传力度不容小觑,提高该方向投放力度很有必要^[2]。

同时,交易方式创新也非常必要。根据调查报告结果,传统银行柜台因其花费时间长,办理过程较慢,已经不再是客户首选的理财交易方式。万州分行应加大交易渠道的扩展执行。可以通过手机银行、网上银行、自助终端设备等方式进行交易,而这些方式也是客户期望的交易方式,具有技术支持和功能建设,使用起来更加方便和安全。对于传统的银行柜台服务,仍是不可取代的方式,尽管其办理业务所耗时间长,仍建议保留。

4.3 推行产品创新,实行差别化服务

中国建设银行万州分行要想推动个人理财产品不断发展,应当转变思想,引进外资银行先进的经营理念,细分客户市场来提供个人理财差异化服务。通过对不同需求、不同风险偏好的客户进行市场细分,来为其提供差异化的服务。在细分市场实行差异化服务的同时推进产品创新。理财产品的创新首先是要新,在设计个人理财产品时不要盲目模仿,要集中展现银行的特色及优势,努力做好市场调研,开拓市场空间。在产品方面,金融相关政策的信息收集、研究报告,尤其是金融同行理财产品研究,合理科学地进行理财产品定价^[3]。此外,加大研发与人民币币值挂钩的理财产品的力度,对短期限且高回报率的理财产品进行重点开发推广,促进银行其他金融机构对利率、汇率、股指期货等有关产品的创新。只有真正满足客户对于理财产品的需要,才

能吸引大量客户加入。

4.4 设立良好的培训管理机制,储备后备人才

建立良好的人员选拔培训机制,提高员工业务素质。开展个人理财业务需要优秀的理财人才,一方面要熟悉银行业务和金融知识,另一方面要具备创新意识和服务能力。首先,在关于理财人才的选拔上,应当在市场化的用人机制下,给求职者提供公平竞争的环境,能者胜任。其次,对于工作后的理财客户经理要有专业系统的培训,来提高其服务质量。万州分行可对理财客户经理制定培训计划,如个人理财业务的专业技能、人际沟通、服务礼仪等方面的内容,还应安排参加保险、证券等系统的培训。最后,鼓励理财客户经理积极参加各类认证资格考试,全面提高分行理财客户经理的业务水平。为理财工作人员制定良好的职务晋升标准,提高人员工作积极性。

5 结语

中国重庆万州区的金融业竞争非常激烈,各个银行都在争取优质的客户资源,而个人理财业务发展相对来说比较晚,创新方式多种多样。中国建设银行万州分行个人理财业务要想在市场中占有一席之地,站稳脚跟,要通过创新搞出特色化的服务。希望本次调查报告对建设银行万州分行的发展起到一定的积极作用。

参考文献

- [1] 任蓓蕾,曹东亚.个人理财业务发展现状及对策——以中国建设银行郑州分行为例[J].现代企业,2016(5):69-70.
- [2] 李俊.中国建设银行XY分行个人高端客户营销策略研究[D].桂林:广西师范大学,2019.
- [3] 丛伟.建设银行辽源分行理财产品市场推广状况调查分析与营销建议[D].长春:吉林大学,2018.

(上接第96页)

参考文献

- [1] 余文森.自我反思同伴互助专业引领:以校为本的教学研究的三个基本要素[J].陕西课改实验,2004(2):29-32.
- [2] Joyce B, Showers B. The coaching of teaching[J].Educational Leadership, 1982(1):4-10.
- [3] 刘斌波.日本在职教师教育实践模式——“授业研究”探析[J].教师教育研究,2006(2):29-34.
- [4] 余文森.论以校为本的教学研究[J].教育研究,2003(4):53-58.

- [5] 丁钢.教师的专业领导:专业团队计划[J].教育发展研究,2004(10):5-10.
- [6] 朱宁波,张萍.教师同伴互助的校本教研模式探析[J].教育科学,2007(6):16-20.
- [7] 左璜,皇甫全.国外同伴互助学习的研究进展与前瞻[J].外国教育研究,2010(4):53-59.
- [8] 张垂利,刘后伟.高校教师教学科研中“同伴互助”实施情况的调查分析[J].广东农工商职业技术学院学报,2019(11):29-35.