

<<商业银行零售业务>>

图书基本信息

书名：<<商业银行零售业务>>

13位ISBN编号：9787504945310

10位ISBN编号：7504945315

出版时间：2008-10

出版时间：中国金融出版社

作者：贾志丽

页数：338

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<商业银行零售业务>>

前言

从国际银行业的发展历史看，商业银行在很长一段时期内，以企业尤其是大企业为主要服务对象。随着社会财富分配结构的变化，富裕中产阶级的形成，资本市场的迅猛发展以及金融监管体制的重大变化，零售业务受到越来越多的商业银行的重视，成为银行发展的重要领域和利润增长的主要来源。零售业务发展呈现出产品向多元化、综合化发展，业务处理向规模化、集中化发展，服务渠道向自动化、网络化发展，客户服务向个性化、精细化发展的特点。

我国商业银行业务结构的发展也正在经历着类似的发展过程。我国商业银行长期以来高度重视公司业务，个人业务除利用储蓄业务吸收更多的资金外，其他业务品种大多处于探索过程之中，品种单一，发展缓慢。近几年来，这种状况得到改变，商业银行零售业务呈现出十分兴旺的发展态势，其原因可以归结为以下三点。

一、市场需求在数量和结构方面发生重大变化 需求是市场形成的原动力。目前零售业务市场需求十分庞大，且呈现出多样化的特点，这主要源于以下两个方面：一是居民财富的迅速增长。

随着我国经济的快速发展，居民收入水平显著提高，特别是近10年间，个人财富快速增长，1978年，全国人均可支配收入仅为343元，2007年，城镇居民人均可支配收入达到了13 786元。个人财富的持续增长使居民产生了管理财富的需求。

二是个人支出结构的变化。除正常的消费升级外，住房、医疗、教育、养老制度改革大大改变了居民支出结构和对未来的预期，由此使个人金融需求呈现出多样化的特征，除预防动机外，增加收益、规避风险、获得融资、购置房产成为普遍需求。

尤其是近几年相对较低的利率促使人们不断寻求增加财富的手段和途径。而资本市场的繁荣又为银行与证券、基金公司合作向客户提供高收益产品成为可能。

<<商业银行零售业务>>

内容概要

本书从宏观经济、金融市场和银行个体多层次，从客户、营销、产品、技术等多角度，对银行零售业务进行了深入细致的分析，其独特之处在于：（1）立意新颖，突破了以往单纯从银行内部业务经营角度、具体操作层面介绍零售业务的局限，重在从不同层次和角度，多维立体地进行价值分析；（2）涵盖面广，详尽分析了我国商业银行零售业务的发展环境及条件，尤其是较多地关注国家政策、法规的影响；（3）突出了人的要素（包括客户和员工）在零售业务发展中的重要性，重点介绍了客户关系管理和人力资源管理，特别是对银行员工的重要性进行了分析；（4）细致、深入的产品定价和成本收益分析，并以较大篇幅对近年来的零售创新产品定价、风险、收益等进行了分析；（5）剖析了金融子行业间及银行业内部的竞争形势，把竞争作为本书关注的重点之一，贯穿始终；（6）强调了技术的重要性，认为技术在一定程度上重构了金融业的价值链，对监管者提出了更高的要求，对银行产品开发、定价和销售、风险控制、声誉等各方面产生了重要影响。

总之，本书按银行零售业务组成要素，条分缕析，渐次深入，将零售业务分析引到更深的层次。相信本书对关注银行零售业务的读者会有一定的帮助。

<<商业银行零售业务>>

书籍目录

第一章 银行零售业务概述 第一节 银行零售业务简介 一、银行零售业务定义与种类 二、银行零售业务的地位和作用 第二节 银行零售业务收益、风险和银行价值 一、银行零售业务收益和风险 二、银行价值概述 三、银行零售业务与银行价值第二章 客户价值分析与管理 第一节 客户价值分析 一、客户价值及计算 二、客户细分 第二节 客户关系管理 一、客户关系管理的概念及意义 二、客户关系管理的动态性第三章 银行零售产品 第一节 金融产品的内容与特点 一、金融产品的内容 二、金融产品的特点、生命周期及质量 第二节 银行产品定价 一、产品定价的基本知识 二、银行产品定价的影响因素 三、银行产品定价方法 四、产品收益分析 第三节 银行产品管理 一、产品策略内容 二、产品管理第四章 产品营销 第一节 银行产品营销理论 一、营销的发展阶段 二、金融企业员工的重要性 第二节 客户需求分析 一、客户心理及行为 二、客户需求管理 三、市场分析 第三节 客户需求的满足 一、产品开发 二、产品销售方式 三、投资者保护 第四节 我国银行产品营销状况 一、我国银行营销特点 二、我国的投资者保护第五章 银行零售产品介绍 第一节 境外银行零售业务发展 一、境外银行零售业务概况 二、境外银行零售产品简介 第二节 国内银行零售业务发展环境 一、投资者需求分析 二、金融机构的供给分析 三、金融环境的变化 四、其他因素变化 第三节 国内银行零售业务概况及发展趋势 一、国内银行零售业务概况第六章 银行卡第七章 网上银行第八章 银行零售业务发展的几点思考参考文献后记

<<商业银行零售业务>>

章节摘录

第一章 银行零售业务概述 第一节 银行零售业务简介 二、银行零售业务的地位和作用

(一) 银行零售业务与其他业务的关系 零售业务不但是商业银行业务中不可或缺的组成部分,而且与其他业务形成交叉和支撑,构成相互联系的综合整体。

首先,零售业务为银行的贷款(包括对个人和企业的贷款)和其他资产业务提供资金。

在一个经济体中,家庭往往是资金的节余者,企业往往是资金的需求者,家庭资金用以满足企业的资金需求。

体现在银行业务中,就是银行吸收储蓄存款,用来发放贷款或进行投资。

其次,零售业务是银行中间业务的重要组成部分,其代理业务大量是对个人客户提供的服务,如,代发工资,代理支付水电费、电话费,代理证券公司、基金公司、保险公司等非银行金融机构向个人客户出卖金融产品,汇兑,代保管,咨询,出具证明等。

最后,零售业务需要公司业务和中间业务的支撑,例如,客户存入的资金运用之后才能获取回报,以支付储户的利息;零售业务中的长期资产主要是住房贷款,银行可能会出于流动性管理、风险管理或监管等方面的考虑,出售贷款或者对其进行证券化处理;对于客户委托的资金,银行需要进行投资;银行在货币、资本市场进行投融资以解决零售资金的投资或支付回报。

(二) 影响银行零售业务发展的宏观、微观因素 影响零售业务发展的宏观、微观因素有多种,如经济发展速度、人口统计特征、社会分配方式、宏观政策调控、法规和管制、金融市场的发展、技术等。

经济规模和发展速度可以简单、直观地以GDP的增长来衡量,该指标直接影响到个人收入水平。

根据凯恩斯储蓄理论 $C=a+bY$ 可知,个人收入对银行储蓄起决定性作用。

除经济发展水平外,经济周期变动,个人、企业、国家的分配比例,货币化程度,社会制度变革,市场物价水平等也直接影响个人对金融产品的消费。

.....

<<商业银行零售业务>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>