

商业银行拓展有效资产市场的营销途径及改革措施

大连市 何华伟 郁红

当前,随着我国加入WTO和银行业市场开放的格局,外资银行与我国商业银行面临着争夺资金来源,争夺优良客户,争夺金融人才的局面。商业银行必须转变观念,深化改革,完善资产管理机制,努力拓展有效资产市场的营销途径,深化改革有效资产市场的营销方式,完善有效资产市场的营销机制,及时调整市场营销策略。

一、拓展有效资产市场的营销途径

1、拓展商业银行信贷业务市场营销。信贷业务营销是指商业银行为满足客户需要,通过市场调查和分析,选择目标市场,综合运用贷款品种、价格、利率、结算、服务、推销等手段,到期后贷款本息安全回行,以实现利润最大化的信贷经营活动。它是商业银行整个市场营销的重要组成部分。

商业银行如何开展信贷营销呢?一是适应市场,开发产品。围绕“商”字做文章,不断寻找商业机会,加强对经济形势的分析。要捕捉市场信息,及时了解客户的需要,了解同行先进的管理方法及经验。根据市场的变化、客户的需求,不断开发金融服务品种,使银行的服务功能多元化,使之适应信贷市场发展的需要。二是热情服务,自我推销。面向市场,面向客户,向客户介绍本行的服务功能。要主动利用银行接触面广、信息较为广泛和具有一定的理财能力等优势为客户出谋划策,使企业在取得银行贷款的同时,还获得银行对其在

力的中小企业的融资需求。”

二、改善我国金融结构不合理状况的对策措施

1、解除对民营金融的压制,加快金融部门向外资民间资本开放的步伐。通过充分引进民间资本和适度引进外资来增强中小商业银行资本实力;允许民间资本在金融服务领域享有国民待遇,为其提供一种规范,开放的政策环境与制度安排从而通过增加再贷款,降低再贷款利率建立存款保险制度,帮助民营企业金融机构提升金融服务能力,帮助提高社会公众对民营金融的信任度来为民营金融机构营造良好的外部发展条件;另外,应当积极支持中小商业银行的业务联合和重组,在规范市场准入的前提下,适当扩大中小商业银行服务网络,进一步完善中小商业银行组织机构。总之,就是要进一步发挥市场力量在中小商业银行改革与发展中的作用。

2、建立多层次的专门为中小企业服务的中小资本市场体系。首先,加紧制定风险投资的法律、法规政策,完善资产评估体系,尽早解决建立完善风险投资组织机构和风险资本市场退出机制的问题。其次,为了满足达不到二板市场资格标准的中小企业资金需求,应发展区域性小额资本市场,通过推动如产权交易市场、私募基金、天使资本市场等各类低端资本市场的发展,形成区域性市场和全国性市场有机结合的资本市场体系。

3、大力发展资产证券化和公司债券市场。资产证券化在发达国家(如美国)已有三十多年的发展历史,在我国虽然早已有学者在研究,但目前在我国本土内实施的资产证券化还处于起步阶段,资产证券化对于我国金融结构的调整也非常重要,首先,资产证券化的产生促进了“脱媒”的发展,能有效改善、优化金融结构,促进金融结构的弹性化、柔性化;其次,由于其破产隔离、真实销售的融资结构的安排能有效减少信息不对称程度,有效减少逆向选择和道德风险的发生,从而有效化解金融风险;再次,由于资产证券化是以特定资产而非发起人的整体信用作为信用基础,因此使那些本来无法进入资本市场的中小企业能够进入低成本的资本市场,由于我国在法律、税法、会计等环境方面存在的不完善,在资产证券化实施方面可以遵循“行走出去,再引进来,最后本土化”的路径选择,通过大力推广跨国资产证券化,这样在积累经验的同时有利于加快制度环境的培育、资本市场的完善和信用体系的健全。从国外的经验看,债券是稳健经营的机构投资者(如社保基金)持仓的核心品种,而机构投资者的健康发展又是金融市场稳健、快速发展的催化剂,因此大力发展债券市场是很必要的,积极发展企业债券和长期票据市场,丰富债券交易品种和业务。

4、促进金融市场主体的多元化,继续扩大开放式基金规模,发展中外合作基金,推动社会保障基金进入证券市场等多种途径来加快机构投资者的培育。罗斯·莱文在《金融部门政策:分析框架与研究日程》一文中描述了金融中介活动存在的五种失灵,其中两点:在金融机构监管方面的外部性和在公司评价、监管方面的外部性,即由于债权人(或股东)的分散性,使其承受高额监管成本的激励非常小,且评估成本很大。而引进机构投资者不仅可以减少这两种失灵情况的出现而且还有利于为股市的扩容提供充足资金,为证券市场的金融创新建立良好基础和优化上市公司法人治理结构。所以要超常规培育机构投资者,特别是要将社保基金和保险基金发展培养为机构投资者的核心。

总之,中国金融市场开放度的逐步加大,金融结构很有可能成为中国金融动荡或危机爆发的一个导火线,金融结构不及时改革,其累积的问题越来越大,则必会加大所蕴含的“金融脆弱性”。因此金融结构改革至关重要,它不仅关系到一国金融体系效能和经济发展的问題,更关系到一国金融安全,金融结构改革已是一个迫在眉睫的问题。

经营管理、资产和资金运作等方面的帮助。三是整体联动,多方配合。信贷营销不仅仅是信贷部门的事,它需要整体联动,多方配合。客户对银行的需求不完全也不仅仅局限于贷款需求,各个职能部门在推销各自的金融产品时也应将银行所有服务功能包括各项代理业务都展现给客户,使各项业务能够统筹兼顾,相互促进,全面发展。四是敢于竞争,善于竞争。敢于竞争是指面对激烈的同业竞争中,要“敢”字当头,敢于在市场上打拼;善于竞争是善于寻找“进攻”机会,善于运用银行的各种服务功能,及时满足不同客户的各种需求,从而稳定老客户,发展新客户,培养银行的利润增长点。

2、拓展商业银行零售业务的营销。随着商业化改革的逐步推进,银行传统的资金组织工作开始向综合零售业务方向转变。因此,商业银行要认识、开发并有效推进市场营销综合零售业务的发展。一是广泛宣传,为全方位发展综合零售业务创造良好的外部环境,使客户对综合零售业务的主题有较深入的认识和了解,才能来银行办理业务。二是加大科技投入,进一步加快电子化建设步伐。目前专业银行的电子化建设与开发推广综合零售业务的要求还有很大的差距,这些问题不解决,就会制约零售业务的发展。三是树立服务营销意识,开展市场营销。在微笑服务的同时,还应该注意提高技术,服务向深层次转化,使服务无形化转变为服务有形化,从而吸收客户,让客户满意。四是坚持开发与防范并举,有效预防和制止金融风险的发生。既要在业务开拓上锐意进取,又要在基础管理和规范操作上不遗余力,切实消除业务领域拓展上存在的风险隐患。

3、拓展商业银行中间业务的营销。目前,商业银行的中间业务营销至少要作好以下几个方面的工作。一是抓好人才的培养,既要为开发新业务、新品种引进各种复合型专业人才,又要重视现有人员的调配和人员培训。二是增强市场意识、客户意识,建立完善创新机制。三是确定和实施发展战略。首先,要确立“成熟产品、待推广产品和待开发产品”的战略。深化管理,完善服务,努力稳定以政策性代理业务为主的已有中间业务品种,跟进市场,增强前瞻性,加强金融产品新品种研究;其次,要确定和实施科学的区域战略,处理好集中统一和因地制宜的关系。具体产品的开发要根据各地的具体情况来定;再次,要确定和实行科学的客户战略,把行业客户和大客户作为巩固和发展的重点;最后,要在开发新品种、寻找新机会、挖掘新客户上下功夫,但不搞恶性竞争。四是中间业务发展要注重市场营销。品种营销是银行金融产品很重要的内容之一。现在中间业务品种较多,但是真正深入客户群体之中形成商业银行有生命力的垄断产品却不多。要把中间业务营销作为重点业务来抓,对市场变化和客户需求变化保持高度敏锐性,在不断巩固传统优势中间业务的同时,及时调整营销策略,以创新姿态适应市场发展预期。

二、改革商业银行拓展有效资产市场营销方式

1、改革柜面服务方式。全面推行综合柜员制。必须以客户为中心,重新规划设计业务流程,推行综合柜员制,分别设立“公司金融业务”和“个人金融业务”两个窗口,让同一客户在一个窗口就可办理存、贷、汇、卡等多种业务。同时要建立票据清算中心、事后监督中心两大后台,让柜员的综合服务与后台的支持分离,从而提高工作效率。

2、改革公司客户市场营销方式。公司业务具有批量、高效、低消耗等特点,往往是各金融机构竞争的焦点对象。对公司客户的产品营销要坚持“四化”,即:一是金融产品“套餐化”。公司类客户大多是从事盈利性商业活动的企业,应对其提供包括“存款+贷款+承兑汇票+信用证+银行卡+代理+其他服务”的金融套餐服务。二是营销人员专业化,建立一支高素质的银行营销队伍。帮助客户量身定做金融产品。三是营销手段现代化。要将微机对公、电子汇兑、电话银行、网上银行等现代化服务手段普及到公司金融业务之中。四是营销方式上门化。营销方式要坚持柜面服务与上门服务相结合,以上门服务为主,通过“客户经理+电话银行+网上银行+汽车银行”,把银行办到客户家中。

3、改革个人客户市场营销方式。个人金融业务具有客户的差异大、笔数多、风险低等特点。在产品营销方式上要因人而异,要做到“六结合”。一是要坚持发展个人业务与发展公司业务相结合。尽管对个人业务与公司业务实现分类运作,但绝不能把二者割裂开来,而要紧密结合起来。二是要坚持门市服务与上门服务相结合。在搞好门市业务的同时,可以配备一些外勤营销员到个体工商门店及居民家中开展上门服务,还可发动全员利用业余时间开展营销活动。三是坚持有人服务与无人服务相结合。通过设置ATM机等现代电子设备,建立“无人银行,自动银行”来实现无人化营销。四是坚持储蓄业务与开贷款业务联动。根据客户信誉状况对储蓄客户发放质押或抵押的消费贷款、生产贷款、教育贷款等。五是坚持储蓄业务与个人汇兑业务相结合。六是坚持储蓄业务与银行卡业务联动,可扩大储户大力推销各类银行卡并实行卡折合一,搞好联网,以储促卡;以卡促储,共同发展。

4、改革非常业务市场营销方式。对那些难以收回的不良贷款,除部分划转到金融资产管理公司外,其他部分也应划转到资产经营部清收盘活,实行专项业务,专门机构,专门人员,专门办法,专司盘活。