



艾凯咨询
ICAN Consulting

2008年零售银行业战略调查报告

一、调研说明

《2008年零售银行业战略调查报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/43874.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.com

联系人： 刘老师

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、摘要、目录、图表

前言：当前发达国家和地区商业银行中，零售银行业务比重通常都在50%以上，零售业务成为商业银行利润的主要增长点。零售银行业务涉及到居民生活、消费、投资等方方面面，与证券、保险、基金等多个金融市场有着非常强的交叉性和互补性，业务创新空间广阔。同时，零售业务具有服务对象分散、单笔业务金额有限、业务规模庞大的特点，在同样经营规模下，可以更好地分散风险，实现质量、效益和规模的协调发展。此外，由于零售业务客户众多，在宏观经济发生变化时，业务的收益与经济波动关联度较低，收益比较稳定。因此，在商业银行的战略转型改革发展中，零售银行业务的重要性与日俱增，零售银行业务将成为最具活力和最具发展潜力的领域之一。

本报告共分五章，第一章零售银行概述，介绍了零售银行的概念、内容、特点及与批发银行的比较。第二章国外零售银行业务发展现状及趋势，介绍了国外零售银行业务发展现状及趋势，重点分析了产品、价格、渠道策略及趋势。第三章国内零售银行业务发展现状及趋势，介绍了国内零售银行业务发展现状，存在的问题及未来趋势，重点分析了国内零售银行产品开发、客户关系管理、渠道营销战略。第四章以工、农、中、建、交通、招商、民生、浦发、深发展、渣打、恒生、花旗、德意志等内外资银行为例，介绍了其零售银行业务战略定位、基础和优势、业绩表现等内容。第五章，结合银行发展战略和贵宾理财、信用卡、消费信贷业务提出工作建议。

【 目录 】

第一章 概述 8

第一节 零售银行的基本概念 8

第二节 零售银行业务内容及特点 9

一、业务内容 9

二、特征及特点 10

三、国内零售银行发展 10

第三节 零售银行与批发银行的比较 11

一、零售银行与批发银行客户资源的比较 11

二、零售银行与批发银行业务经营的比较	12
三、零售银行与批发银行组织架构及操作系统比较	14
第二章 国外零售银行业务发展现状及趋势	17
第一节 国外零售银行业务发展现状	17
一、产品种类丰富	17
二、业务规模不断扩大，收入水平持续上升	18
三、服务手段科技含量高	18
四、经营观念更新能力强	18
第二节 国外零售银行产品策略和趋势	19
一、产品与服务高度综合化、多样化	19
二、以基本帐户为先导大力推行产品交叉销售	20
三、专业化经营具有独特竞争优势	20
第三节 国外零售银行业务价格策略和趋势	22
一、不同地区间各类型个人客户所支付的核心服务价格	22
二、不同地区间各类型核心服务价格的结构变化	24
三、不同地区间各类型核心服务价格的差异分析	25
第四节 国外零售银行业务渠道策略和趋势	27
一、主要零售经销渠道	27
二、零售渠道发展特点	29
三、分销渠道多元化和交叉销售	30
四、全能银行制度的推行	31
五、远程渠道的拓展	32
第五节 国际零售银行业务发展趋势	33
一、并购开拓全球零售市场	33
二、创新力度加大，提供多元化和个性化产品	34
三、以信息化和细分为基础进行客户价值管理（CRM）	34
第三章 国内零售银行业务发展现状及趋势	35
第一节 国内零售银行业务发展现状	35
一、经营范围逐步扩大	36
二、业务规模和收入水平有所提高	36

三、科技和服务手段有待提高	37
四、经营观念尚未转变	38
第二节 国内零售银行产品开发情况	38
一、业务种类齐全但产品品种少	38
二、产品创新方向明确	39
三、个人业务和中间业务产品是未来发展重点	39
第三节 国内零售银行客户关系管理情况	40
一、现状及存在问题	40
二、解决途径	41
第四节 国内零售银行渠道营销战略情况	42
一、分销渠道设置合理化程度不高	42
二、网点功能较单一	42
三、服务渠道缺乏统一的策略和规划	43
四、营销渠道拓展方式	43
第五节 国内零售银行业务存在的问题	45
一、经营观念落后,经营模式陈旧	45
二、产品品种有限、功能单一,品牌意识和创新意识薄弱	46
三、营销战略不明,营销体系亟待健全	46
四、服务和客户关系管理滞后,难适应现代金融竞争需要	47
五、渠道建设方面的问题	48
六、人力资源支持不足	48
第六节 国内零售银行发展趋势	49
一、统一思想认识,转变营销观念	49
二、市场细分和品牌规划加强,客户导向理念深入	49
三、产品研究和开发强化,客户多元化需求进一步满足	50
四、流程整合,电子银行发展迅速,多渠道服务能力提高	51
五、风险意识进一步强化,逐步建立健全风险管理体系	52
第四章 我国主要零售银行情况	52
第一节 内资零售银行	53
一、农业银行	53
二、交通银行	58

三、中国银行	63
四、建设银行	65
五、工商银行	67
六、招商银行	71
七、民生银行	73
八、浦发银行	75
九、深圳发展银行	76
第二节 外资零售银行	78
一、渣打银行	78
二、恒生银行	80
三、花旗银行	81
四、德意志银行	83

第五章 银行工作建议 85

一、银行发展贵宾理财业务工作建议	86
二、银行发展信用卡业务工作建议	88
三、银行发展消费信贷业务工作建议	89

图表目录

图表1 零售银行与批发银行比较	15
图表2 零售银行服务及核心日常零售银行服务内容	20
图表3 不同地区各类型个人客户核心服务价格水平	22
图表4 2005-2006年各类地区各类核心服务价格变动特点	23
图表5 不同地区不同银行各类型核心服务价格差异	25
图表6 不同交易渠道成本比较	27
图表7 不同渠道所销售的核心的日常零售银行服务的比例	32
图表8 不同渠道所服务的核心的日常零售银行服务的比例	32
图表9 工行2008年按产品类型划分的个人贷款结构	69
图表10 招行2008年1-6月零售非利息收入业务结构	72
图表11 深圳发展银行2008年个贷情况表	76

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/43874.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业提供专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。