



艾凯咨询
ICAN Consulting

中国商业银行财富管理中心发展 现状及构建策略研究

一、调研说明

《中国商业银行财富管理中心发展现状及构建策略研究》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/43890.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

一、专题报告内容简介

所谓财富管理，是指通过专业化的团队向客户提供系列化的顾问式服务，帮助客户制定一系列的解决方案，从而使客户实现个人理财目标。对商业银行而言，财富管理业务是商业银行为个人客户提供的财务分析、投资顾问等专业化服务，以及商业银行以特定目标客户或客户群为对象，推介销售投资产品、理财计划，并代理客户进行投资操作或资产管理的业务活动。

国外银行一直把财富管理等收费金融服务作为可持续发展的战略重点。而目前国内商业银行面临着转型的压力，财富管理也就成为了商业银行能否转型成功的一个战略制高点。一方面，通过完善服务功能，组合金融资源，提供高级金融服务，满足当今客户复杂且标准极高的金融需求。另一方面，通过银行业务表外化(OBS)，确立非利息收入在银行盈利中的主导地位，其中财富管理业务可为银行带来投资管理，信托、托管、咨询、组合服务等多渠道的费用收入，已成为利润率最高，成长最快，且最有前途的业务。

随着外资银行的不断进入，国内银行面临着巨大的压力和挑战，特别是对高端客户的争夺上已经拉开了序幕，商业银行也纷纷建立财富管理中心以捕获高端客户的芳心。如何构建财富管理中心，其组织架构应怎样构建，其理财队伍应具备的素质等问题都是商业银行关注的焦点，本专题就商业银行的财富管理中心的建设和业务开展进行了深入细致的研究。

在本专题中，我们阐述了商业银行财富管理业务的兴起和发展规划，紧接着描述了国内商业银行财富管理中心的整体发展情况，然后就商业银行财富管理中心构建提出了对策建议，主要包括财富管理中心的组织架构、网点规划、产品体系、市场开拓、服务体系和专家理财团队建设六大方面，最后专题从发展动力和发展趋势两个方面描述商业银行财富管理中心的未来发展方向。本专题将为商业银行构建现代化财富管理中心、为高端客户提供尊贵、优先、专业、优惠、个性化的贵宾服务提供有益的参考。

二、报告的特点

1、内容全面系统：涵盖了财富管理中心构建的方方面面，并进行系统的整理。

2、结论具有价值：通过财富管理中心存在的问题进行分析及其他银行的经验借鉴，得出了一系列具有可行性的策略。

3、业务案例丰富：以财富管理中心的构建要素为主线，我们选取了业内代表性银行的典型业务做法进行分析，对银行客户具有借鉴意义。

三、报告的适用对象

本研究报告主要适用于商业银行银行个人业务部，财富管理中心，及其它一些综合性部门。

对于银行高层管理人员以及个人理财业务领域的业务人员具有很高的阅读价值。

【 目 录 】

第一章 商业银行财富管理业务的兴起和发展 8

一、什么是财富管理 8

二、财富管理业务的目标 8

三、财富管理业务的服务对象 9

（一）外资银行 9

（二）中资银行 9

四、财富管理业务的服务内容 10

五、财富管理业务和一般零售银行业务的区别 10

（一）服务对象不同 10

（二）服务内容不同 11

（三）对信息技术的要求不同 11

（四）对风险关注程度不同 11

第二章 我国商业银行财富管理业务的发展概况 12

一、目前商业银行构建财富管理中心现状分析	12
(一) 工商银行“8n财富中心”	12
(二) 农业银行“金钥匙”财富管理中心	13
(三) 建设银行财富管理中心	13
(四) 交通银行“沃德财富”	14
(五) 招商银行“金葵花”财富管理中心	15
(六) 光大银行“阳光财富中心”	16
(七) 华夏银行财富管理中心	16
(八) 北京银行财富管理中心	16
二、目前商业银行推出贵宾理财业务的现状分析	17
(一) 贵宾理财强调“5P”原则	17
(二) 目前国内各商业银行贵宾理财业务对比	17
三、目前我国银行构建财富管理业务发展中存在的问题	19
(一) 财富管理理念单一	19
(二) 客户经理职责错位	20
(三) 管理绩效的不确定性	20
(四) 信息不对称程度较高	20
(五) 产品多样化程度不够	20
(六) 信息技术程度偏低	21

第三章 商业银行财富管理中心的组织架构 22

一、财富管理中心的组织架构模式分析	22
(一) 分行主导模式	22
(二) 业务主导模式	23
二、国外银行财富管理中心组织架构建设案例详解	23
(一) 美联银行财富管理部	23
(二) 纽约银行的财富管理	24

第四章 商业银行财富管理中心的网点规划 27

一、财富管理中心的网点规划现状	27
二、财富管理中心网点设置策略	27
(一) 财富管理中心的品牌塑造	28

【相关案例】招商银行“金葵花”品牌塑造的三要素	28
(二) 财富管理中心网点的选址	29
【相关案例】工行、建行等财富管理中心角逐高端商务区	30
【相关案例】荷兰银行选址隐蔽，保护客户隐私	30
(三) 财富管理中心网点的硬件设施	30
【相关案例】建行三峡分行财富管理中心内部功能分区设计实例	31
【相关案例】北京银行过硬的硬件设施瞄准金领族群	33

第五章 商业银行财富管理中心的产品体系 34

一、商业银行财富管理中心的产品种类 34

- (一) 银行自身研发的产品 34
- (二) 和其他金融机构共同研发的产品 34

二、商业银行理财产品市场的发展现状 36

- (一) 市场规模不断扩大 36
- (二) 产品创新层出不穷 36
- (三) 市场竞争日益激烈 36

三、商业银行财富管理中心产品开发的典型案例 37

- (一) 光大银行：理财产品的先行者 37
- (二) 中国银行：理财产品做深做透 38
- (三) 外资银行：强势的品牌和高效的创新 38

四、财富管理中心产品体系的开发策略 38

- (一) 借助控股综合经营平台，积极开展理财产品创新 38
- (二) 提升理财产品的风险管理能力 39
- (三) 纳入零售业务整体品牌战略 40
- (四) 加强理财产品营销队伍建设 40

第六章 商业银行财富管理中心的市场开拓策略 41

一、如何确立战略目标 41

- (一) 制定目标客户范围 41
- (二) 依托信息调研抢占目标客户 42

二、市场开拓的具体实施步骤 42

- (一) 了解客户 42

(二) 让客户认识财富管理 43

(三) 为客户理财 44

第七章 商业银行财富管理中心的服务体系构建 46

一、商业银行财富管理中心服务的范畴 46

(一) 税务筹划业务 46

(二) 保险规划业务 46

(三) 离岸基金业务 46

(四) 财产信托业务 46

(五) 家庭客户服务业务 47

(六) 增值服务 47

二、财富管理中心服务体系的现状 47

(一) 服务意识不强 47

(二) 服务落实不到位 48

(三) 维护力度不够 48

(四) 服务效率低下 48

三、如何提高财富管理中心的服务水平 48

(一) 建立安全舒适的理财服务环境 48

(二) 认真做好高中端客户的细分和营销工作 49

(三) 加强个人理财服务内容的研发 49

(四) 精心建立理财业务支持系统 50

四、如何做好高端客户的服务与维护 50

(一) 高端客户的后续维护措施 50

(二) 高端客户资源的有效控制和运用措施 51

五、案例分析：北京银行凭借差异化管理和服务吸引高端客户 52

(一) 瞄准高端客户 53

(二) 倾力打造“一对一”贴心服务 53

(三) 利用国际化资源服务客户 53

第八章 商业银行财富管理中心的专家理财团队建设 54

一、财富管理中心理财人员的现状 54

二、财富管理中心理财队伍存在的问题 54

（一）人员缺口较大	54
（二）专业水平偏低	55
（三）从业经验不足	55
三、如何打造高素质的客户经理团队	56
（一）客户经理的人才选择	56
（二）客户经理的培训计划	57
（三）客户经理的激励与考核	58
四、案例分析：工商银行培养金融理财师队伍	59
（一）理财市场的规模扩大造成理财师紧缺	59
（二）通过对理财师的培养，工行的专业理财能力得到了提高	60

第九章 商业银行财富管理中心发展趋势展望 61

一、商业银行财富管理业务的发展动力	61
二、商业银行财富管理中心的发展趋势	61
（一）财富管理中心的竞争会更加激烈	61
（二）银行混业经营将成为一种必然趋势	62
（三）人才争夺是财富管理中心发展的关键	62
（四）中外金融机构合作将也是一种趋势	62
（五）服务对象会越来越多，服务门槛将降低	63

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/43890.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。