我国城市商业银行产品创新问题研究

Research on product innovation of city commercial banks in China

张颖丽 陈康健

Yingli Zhang Kangjian Chen

辽宁工业大学经济管理学院 辽宁 锦州 121000

Liaoning University of Technology Jinzhou Liaoning 121000

摘要:在经济全球化的背景下,城市商业银行既要解决自身的生存的问题,同时还要面对国内外银行日趋激烈的市场竞争问题,这就对城市商业银行的创新发展提出了更高的要求。本文主要研究我国城市商业银行产品创新问题,在分析我国城市商业银行产品创新现状的基础上,指出其在产品创新上存在的问题,进而提出解决产品创新问题的对策。

Abstract: under the background of economic globalization, city commercial banks must not only solve their own survival problems, but also face the increasingly fierce market competition between domestic and foreign banks, this has put forward higher request to the city Commercial Bank's innovation development. This paper mainly studies the product innovation of China's urban commercial banks, on the basis of analyzing the current situation of the product innovation of China's urban commercial banks, points out the existing problems in the product innovation, and then proposed the solution product innovation question countermeasure.

关键词:城市商业银行;产品创新环境;产品创新问题;对策

Keywords: City Commercial Bank; Product Innovation Environment; product innovation problem; countermeasure

DOI: 10.36012/emr.v2i6.3013

截止到 2019 年,我国城市商业银行的数量为 134 家,其资产规模占商业银行资产规模的 15.5%左右,同其他商业银行一道成为我国金融市场中不可或缺的重要力量。我国城市商业银行发展到今天,虽然取得了较好的成绩,但也存在一定的问题,最为关键的问题是有的城市商业银行的产品和服务由于不能满足客户的需求而面临被淘汰的风险。这就要求我国城市商业银行通过不断的进行产品创新、业务创新,以满足客户的需求,实现可持续发展,不断提高我国城市商业银行的竞争力。

1.我国城市商业银行产品创新环境分析

我国城市商业银行产品创新环境较为复杂,要想进行产品创新,首先必须厘清产品创新环境。

1.1 供应商与客户

随着改革开放的不断深入,人们的金融意识也不断得到加强。由于资本市场不断完善和发展,金融的可选择性日益的扩大,银行资金提供者也不再总是处于被动的地位,他们凭借手里的大量资金与城市商业银行进行谈判,为自己争取更多的利益,同时由于城市商业银行规模较小,为吸收到

资金只能付出更多的成本,使自己处于不利地位。

1.2 外资银行的威胁

我国城市商业银行资金规模较小、产品差异不大、成本较高,而外资银行却资金规模雄厚,他们虽然在我国铺设的网点不多,但是可以通过网上银行来加以弥补。未来的趋势是国家会逐步放开对外资银行的限制,因而,外资银行就是我国城市商业银行的强大竞争对手。

1.3 替代品的威胁

替代品的威胁主要来自于金融产品的创新。未来银行的竞争会是银行服务网络化的竞争。城市商业银行的效益会不仅会受到金融市场提供的替代品的影响,还会受到非银行金融机构的各种创新产品和服务的影响。

1.4 现有竞争者

我国城市商业银行的竞争对手是同为商业银行的国有商业银行、股份制商业银行以及非银行金融机构等。竞争的关键点集中在客户、市场份额和人才的竞争上。国有商业银行将凭借其雄厚的资金实力、创新的金融产品、丰富的营销策略、多样化的服务手段,不断增强其竞争实力。股份制商

【作者简介】张颖丽(1966~),女,辽宁黑山县人本科,副教授,研究方向:财务、金融。

业银行凭借其先进的经营理念、灵活的经营机制、优厚的福利待遇,吸引优质的客户和人才。凡此种种都增加了城市商业银行竞争的难度。

2.我国城市商业银行产品创新存在问题

我国城市商业银行在产品创新方面进行了一系列有益的探索,但还处于起步阶段,还存在着许多难以解决的问题。

2.1 产品创新品种单一,规模较小

目前我国城市商业银行的潜在进入者主要是外资银行,具有完善的内部治理机构和组织管理体系,且在业务品种、范围方面的定位准确,有很强的金融创新能力,在产品创新方面具有优势。而我国城市商业银行与其相比存在新产品的市场规模较小的缺点,主要的表现是:存款主要是期限创新,利率创新,消费信贷、租赁、个人理财业务还没能大量普及。

2.2 产品创新仍然遵循拿来主义

我国城市商业银行金融产品的创新只是简单的模仿国内外银行业的金融产品,奉行的是拿来主义,对于借鉴的金融产品还不能充分理解其精髓,操作过程中难免会出现这样和那样的问题,暴露出一些漏洞和不足,影响城市商业银行的信誉和利益。

2.3 产品创新覆盖面不全

我国城市商业银行的产品创新存在品种覆盖面不全的现象。目前,我国城市商业银行推出的创新资产品种,大多数集中在对高收入阶层的贷款上,如住房、装修、家具、汽车等高档消费品,而针对中低收入阶层的创新品种却很少,这就损失了大量资产业务,降低了银行的效益。

2.4 产品创新技术含量低

我国城市商业银行的产品创新大多是一些科技含量不高的低层次金融产品,对于产品市场的需求很小,随着其他商业银行新产品的不断涌现,这些低层次金融产品就会被取代,结果是城市商业银行的利润微乎其微,最后不得不放弃。

2.5 创新产品缺乏有效推广和营销

我国城市商业银行对于创新产品普遍存在营销滞后的现象,银行制定的营销策略不能很好地配合新产品的推出,一些产品在开发出来以后由于没能进行有效的营销,在社会上很少有人了解,最终影响了创新产品的市场推广,进而影响了银行的经济效益。

2.6 产品创新动机存在偏差

最求利润和争夺市场份额和资源是市场经济下金融产品创新的真正动机。但是我国城市商业银行产品创新动机却存在一定的偏差,即在推出一项创新产品时,没有进行充分的市场调查、没有充分进行成本与收益的权衡、没有考虑技术的可能性、盲目的抢占市场份额的金融创新产品。

2.7 产品创新中缺乏风险意识

资金运作过程会存在较大的风险,但是我国一些城市商业银行在产品创新过程中只关注效益,往往忽视了风险的存在,对于其他银行效益好的产品,不顾自身的实际情况盲目地进行引进,结果却不尽如人意。

3.我国城市商业银行产品创新的对策

3.1 提高产品创新意识

城市商业银行有必要进一步提高产品创新意识,尤其是城市商业银行的各级业务经理,要时刻绷紧产品创新这根弦,要将产品创新工作作为城市商业银行各业务部门工作重点来安排,积极推动产品创新工作有序开展。

3.2 加强产品功能组合创新

针对金融产品创新品种单一这一问题,城市商业银行可以通过加强产品功能组合创新来解决,力争为客户提供一体化、个性化的产品服务,不断拓展服务功能,来增强和提高产品附加价值。进行产品功能组合的主要方向为:1.整合服务渠道和产品渠道。2.整合本外币产品。3.整合产品线。

3.3 扩充业务范围,促进中间业务发展

针对金融产品创新覆盖面不全的问题,城市商业银行需要通过扩充银行业务范围,促进银行中间业务发展加以解决。在扩充业务范围,促进中间业务发展时应把握好以下几个原则:1.品种多样化。2.营销高效化。3.服务人性化。

3.4 注重银行新产品推广以抢占市场

由于目前我国城市商业银行的产品创新存在着以模仿性为主,缺乏原创性这一问题,因此应该更多的注重银行新产品的推广,以此来抢占市场。

1.新产品试行。新的产品降生后,不能马上推广,要选择少数客户试运行,从试行的过程中不断总结经验、调整产品,使产品逐渐完善和成熟。

2.新产品推广。经过试行,认为新产品可以大批量投放时,要采取突击宣传和抢占市场的方式,用新的产品赢得更多的客户。

(下转第 70 页)

和可能。管理会计空缺大,财务会计逐渐饱和,从单一走向综合。今日的会计人员不再是传统意义上的数据核算人员,更多时候需要结合信息化时代下的产物进行分析和管理的。

(3)促使会计从业人员的转型。在互联网时代,会计从业人员不但要具备专业技能,也要具备互联网的操作能力,还需懂得如何进行会计分析、预测和评价的方法。而我国当前的会计从业人员在专业知识和互联网操作方面能力略显欠缺,因此致使人才较为紧缺。会计从业人员的转型也会促进“互联网+”下财务会计向着更深层次融合和发展。

参考文献

- [1] 敬采云.会计专业创新人才培养模式研究[J].财会通讯,2011(9)(上):46-88
- [2] 程安林.卓越会计人才培养模式研究[J].财会月刊,2012(11)(下):56-78.
- [3] 王思嘉,刘苗苗.大数据时代小微企业云代账平台发展趋势研究[J].现代营销(下旬刊),2020(03):46-88.

- [4] 樊燕萍,曹薇.大数据下的云会计特征及应用.中国流通经济,2014(6):32-77.
- [5] 刘嵘.大数据时代下财务共享中心的绩效管理实践分析[J].中国商论,2019(24):75-98.
- [6] 张芳兵,徐丽军.大数据下的云会计发展特征及优化路径研究[J].辽宁经济,2019(10): 24-45.
- [7] 唐春雯.基于“互联网+”环境下的会计改革与发展的思考[J].经贸实践,2018(06):65-88.
- [8] 任彦燕.“互联网+”背景下的会计改革与发展—基于会计管理层面的思考[J].纳税,2018(02):31-45.
- [9] 赵男男.基于云会计的中小企业会计信息化建设探讨[J].商业会计,2018(17):90-101.
- [10] 李定清.需求导向应用型人才培养模式研究[J].西南交通大学出版社,2012:25-67.
- [11] 张鹏,卞晗.大数据背景下云会计应用问题研究[J].商展经济,2021:84-85.

(上接第67页)

3.5 拓宽产品业务覆盖范围

1.积极开展境外业务。随着经济全球化,将金融产品和服务创新推广到境外,不断扩大我国城市商业银行的市场范围和服务功能。

2.拓展新型信贷业务。我国城市商业银行应该从金融需求出发,在不断完善传统信贷业务的基础上,积极拓展新型信贷业务。

3.6 坚持独创与模仿并举

针对产品创新的拿来主义问题,我国城市商业银行应该坚持独创与模仿并举,不能只是一味的模仿。对于原创产品要在确保其个性化、发挥其优势的同时,还要对借鉴的同行业的产品不断进行改良,达到彻底的吸收与消化,成为自己的有竞争力的产品。

3.7 强化信息技术对产品创新的支撑能力

针对产品创新技术含量低的问题,城市商业银行应该加强信息技术的研究和信息技术人才的引进,以提高信息技术对产品创新的支撑能力。我国城市商业银行要不断加强信息技术经理与客户、产品、理财经理之间的有效互动配合,这样才能更好地满足客户的需求,加强与客户的紧密联系,搞好

客户关系。

3.8 产品创新动机存在偏差

针对产品创新动机存在偏差的问题,我国城市商业银行应该在推出创新产品时,做好充分细致的市场调研研究工作,力争降低产品成本,提高银行收益,同时还要考虑自身技术水平能否支持新产品的开发。

3.9 严格控制产品创新风险

我国城市商业银行在产品创新过程中不仅要讲求效益,还要关注风险,要对风险与效益进行适当权衡,将风险控制工作贯穿于产品创新的全过程,在产品创新活动中,既要保证新产品能够适销对路、效益达到最佳,又要保证新产品依法合规、风险可控,确保银行资金安全完整。

参考文献

- [1] 毕海霞.加快商业银行产品创新的思考[J].河北金融,2016年
- [2] 丁宁.金融产品创新与商业银行发展[J].经济纵横,2017年.
- [3] 赵爽.商业银行理财产品的创新策略[J].中外企业家,2018年.
- [4] 夹翠琴.对我国城市商业银行金融创新的思考[J].金融广角,2019年.
- [5] 张琼丹.我国商业银行理财产品创新研究[J].商场现代化,2018年.