

互联网金融背景下理财产品的创新研究

——以青岛市商业银行为例

叶青云¹, 许洋², 苏晓迪¹

¹曲阜师范大学经济学院, 山东 日照

²中国海洋大学管理学院, 山东 青岛

Email: 42205437@qq.com

收稿日期: 2021年6月5日; 录用日期: 2021年6月22日; 发布日期: 2021年7月5日

摘要

在互联网日益发展的时代, 随着居民的收入不断提高, 银行存款利率降低, 居民对资产有了保值增值的需求, 居民不被传统的储蓄概念束缚, 因此有了投资理财的需求, 促进了商业银行个人理财产品的蓬勃发展, 由于互联网理财产品的出现和商业银行自身理财业务的短板, 给传统商业银行个人理财业务带来了巨大冲击。通过分析青岛市商业银行理财产品的现状发现商业银行个人理财业务的不足, 从而提出商业银行个人理财业务的创新发展的解决办法。从政府角度来看, 要逐步推行金融业的混业经营, 加强政府对银行的监管, 实行配套的金融体制; 从商业银行角度来看, 要改变传统商业银行的运作模式, 创新商业银行的理财产品, 推行多样化的理财产品, 满足不同客户需求, 提高银行理财人员的专业素质; 从居民角度来看, 要学习理财知识, 形成正确的理财理念, 制定合理的理财目标, 规范理财。

关键词

商业银行, 互联网金融, 理财产品, 青岛居民

Innovation of Financial Products under the Background of Internet Finance

—Taking Qingdao Commercial Bank as an Example

Qingyun Ye¹, Yang Xu², Xiaodi Su¹

¹School of Economics, Qufu Normal University, Rizhao Shandong

²Management College, Ocean University of China, Qingdao Shandong

文章引用: 叶青云, 许洋, 苏晓迪. 互联网金融背景下理财产品的创新研究[J]. 金融, 2021, 11(4): 248-259.

DOI: 10.12677/fin.2021.114028

Email: 42205437@qq.com

Received: Jun. 5th, 2021; accepted: Jun. 22nd, 2021; published: Jul. 5th, 2021

Abstract

In the era of the growing development of the Internet, with the continuous increase of residents' income and the decrease of bank deposit interest rate, residents have a demand for maintaining and increasing the value of assets. Residents are not bound by the traditional concept of savings. Therefore, they have a demand for investment and financial management, which promotes the vigorous development of personal financial products of commercial banks. Due to the emergence of Internet financial products and the weakness of commercial banks' own financial services, it has brought a huge impact on the personal financial services of traditional commercial banks. By analyzing the current situation of financial products of commercial banks in Qingdao, the paper finds out the shortcomings of personal financial services of commercial banks, and puts forward the solutions for the innovative development of personal financial services of commercial banks. From the government's point of view, we should gradually carry out the mixed operation of the financial industry, strengthen the government's supervision of banks, and implement a supporting financial system; From the perspective of commercial banks, it is necessary to change the operation mode of traditional commercial banks, innovate the financial products of commercial banks, implement diversified financial products, meet the needs of different customers, and improve the professional quality of bank financial personnel; From the perspective of residents, it is necessary to learn financial management knowledge, form correct financial management concept, formulate reasonable financial management objectives and standardize financial management.

Keywords

Commercial Bank, Online Finance, Financial Products, Qingdao Residents

Copyright © 2021 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

1.1. 选题背景

互联网自诞生以来, 发展迅速, 互联网的日新月异, 很大程度上颠覆了人类经济社会的原有发展模式。同时当今社会的经济快速发展, 随着国民生产总值的不断增加, 居民人均可支配收入由 2013 年的 18,311 元增长到 2020 年的 32,189 元, 基本生活需求得到满足后, 人民的生活水平和生活质量也得到显著提高, 同时人们对投资、理财的意识逐渐加强, 使得人们对资产配置、资产增值等有了新的需求, 从而产生新的理财观念。而人们的投资理财行为与商业银行理财产品的发展息息相关。传统商业银行的理财产品在很大程度上受到互联网金融的冲击, 在互联网理财产品的制约下, 很难实现高效益, 因此, 在互联网金融背景下, 传统商业银行理财产品的创新发展显得尤为重要。

1.2. 选题意义

进入 21 世纪以来, 计算机技术与互联网技术不断融合, 给人们在工作、生活、媒体社交等方面带来了极大的便利。随着云计算、大数据以及移动互联技术的发展, 一些互联网巨头公司开始利用技术优势涉足金融领域, 互联网金融产品的诞生对以银行业为代表的传统金融行业产生了很大的冲击。互联网信息技术与传统金融产业本是两个不同的行业领域, 但是相互结合后, 演进出了一种创新形态的金融产业。在创新性思维与先进技术的有力结合下, 互联网金融展现出了巨大的市场潜力, 随着其不断发展, 以商业银行为代表的传统金融领域将受到空前挑战, 商业银行把握着国家的经济命脉, 是国家了解当前社会经济格局, 作为后续宏观调控的重要途径。因此, 在互联网金融背景下商业银行的经营策略研究上变得迫在眉睫。

1.3. 文献综述

田晖(2013)以个人理财产品作为研究对象, 用不同的视角分析个人理财产品的影响因素, 目的是探寻我国个人理财产品的发展之路, 推动该产品的进步[1]。徐亚飞(2014)根据我国城商行个人理财业务发展的实际情况, 研究得出其未来的发展趋势、找出发展中存在的主要问题并有针对性地提出相应对策建议[2]。张舒(2014)运用经济学, 管理学, 银行学等理论并通过国内开发研究与国外开发研究相结合的方法对我国个人理财业务遇到的发展问题及对策研究加以阐述[3]。万聪(2014)通过实证研究和文献分析相结合的方法, 探讨了网络问卷调查设计的原则, 并提出一个评价网络问卷调查本身是否合理的指标体系, 并着重分析了影响回复率、差异度、信度和效度的因素, 以及如何去计算相关的参数以实现评价网络调查问卷的功能[4]。李萍(2015)旨在为商业银行在互联网金融冲击下开展个人理财业务提供一些行之有效的措施[5]。杨逢春(2016)通过对互联网金融的本质、互联网金融的主要模式、互联网金融的相关理论及农村商业银行发展互联网金融的业务类型进行了研究, 运用案例分析法对青岛农村商业银行进行简单介绍, 阐述了互联网金融对青岛农村商业银行传统业务的影响及其发展互联网金融的初步探索, 从而提出青岛农村商业银行进一步发展互联网金融的路径[6]。王军舰(2017)对个人理财业务的现状进行分析, 发现了其中存在的问题, 并且根据存在的问题提出合理可行的解决方案[7]。杜波(2018)采取理论与实证相结合的方式, 以呼和浩特市居民为研究对象, 通过问卷调查获取本研究所需的相关数据, 并对数据进行了二次处理分析。基于数据处理结果, 对呼和浩特市居民的个人理财业务认知和需求现状进行了分析, 并进一步地对其影响因素进行了深入的研究[8]。程昱、申小红(2018)重点探讨我国商业银行个人理财业务发展过程中存在的问题, 并提出相关建议[9]。张红兵(2019)在对我国商业银行个人理财业务当前的经营现状总结的基础上, 分析了目前商业银行个人理财业务发展中存在的诸如宏观金融体制限制、产品同质化现象严重、投资者风险意识淡薄等方面的问题, 并针对这些问题, 提出了完善征信体系建设、加强个人理财业务创新、提高商业银行理财从业人员素质、加强投资者风险教育等对策和建议[10]。李圆圆、张泽凡(2019)认为我国个人理财业务迎来了黄金发展阶段。国内商业银行不断加快个人理财业务的进程, 但与此同时也产生了许多问题, 阻碍了个人理财业务的发展, 并对此进行分析[11]。

2. 青岛市商业银行业理财产品现状

2.1. 青岛市银行业资产与负债不断增加

从银行金融机构的资产负债情况看, 如表 1, 自 2015 年至 2021 年第一季度, 青岛内的银行业持有的本外币资产总额与负债总额持续增加, 2016 年增长比例最大, 可见青岛市银行业不断发展, 有更多的

资金进行银行业务。

Table 1. Assets and liabilities of banking financial institutions in Qingdao (unit: 100 million yuan)

表 1. 青岛市银行业金融机构资产负债情况(单位: 亿元)

	资产总额	增长比例	负债总额	增长比例
2021 年一季度	30,541.2	4.8%	29,289.4	4.7%
2020 年	29,129.3	15.1%	27,967.1	15.3%
2019 年	25,299.9	10.08%	24,254.73	9.95%
2018 年	22,983.9	6.6%	22,060.4	6.5%
2017 年	21,556.7	1.1%	20,715.6	0.3%
2016 年	21,332.1	16.8%	20,646.6	17.1%
2015 年	18,264.9	11.6%	17,636.9	11.4%

数据来源: 中国银行业监督管理委员会——青岛监管局。

2.2. 青岛市理财产品收益状况

从理财产品排名看, 截止到 2019 年 6 月 25 日, 青岛市共有银行业经营机构 67 家, 如表 2, 汇总了当天在售的银行理财产品的部分排名, 可以看到, 在保本类产品中, 起存金额与理财期限不同的情况下, 交通银行出现三次, 说明交通银行在保本类理财产品中比较占优势; 在结构化理财产品与非保本类理财产品中, 各银行在不同的起存金额与理财期限中有不同的表现。

Table 2. Qingdao's banking industry ranked first in some financial products on sale on June 25, 2019

表 2. 青岛市银行业于 2019 年 6 月 25 日在售理财产品部分排名

	保本产品第一名		结构化产品第一名		非保本产品第一名	
	银行名称	利率	银行名称	利率	银行名称	利率
起存金额 1 万元, 理财期限 30 天	交通银行	3.6%	交通银行	8.8%	青岛银行	4.4%
起存金额 5 万元, 理财期限 90 天	北京银行	3.7%	招商银行	27.5%	潍坊银行	4.7%
起存金额 5 万元, 理财期限 360 天	交通银行	4.0%	平安银行	5.5%	建设银行	4.49%
起存金额 1 万元, 理财无固定期限	交通银行	2.9%	中国工商银行	8.0%	北京银行	4.8%

数据来源: 青岛西海岸新闻网。

2.3. 青岛市商业银行理财产品供求现状

关于青岛市商业银行理财产品的供求现状, 我主要通过调查问卷(见附录)的形式进行, 以青岛市居民对理财产品的需求为辅助, 分析青岛市商业银行理财产品的供给情况, 进而提出其存在的问题并提出建议。首先在问卷方面, 包括调查问卷的设计以及问卷评价指标体系的建立等几个方面, 最后通过 SPSS 数据对问卷的差异度、信度和效度等做出验证并进行需求实证分析。

2.3.1. 调查问卷的设计与分析

关于问卷设计, 主要包括以下几个方面: 第一, 就是受访者的个人情况, 如收入、职业、年龄、性别、受教育程度等; 其次, 受访者对产品回报收益、回报周期、风险等的注重程度; 三是根据被调查者对理财产品的认知, 了解被调查者的需求情况, 如满意的起投金额、购买过的理财产品等。

关于调查问卷的发放，在问卷星设计制作好问卷，通过互联网发给网友，发放地区主要集中于青岛区、市南区、市北区、崂山区四个主要城区的网友，并在发放问卷后做好问卷回收的统计，总共回收 262 份问卷。

由于本次调查主要基于青岛市居民理财的需求现状进行分析，所以采用的是非量表类调查问卷，仅在问卷中您对理财产品的认知情况体现量表，所以对认知情况进行了信度分析，其他问题另外分析。

对样本背景进行分析，即分析调查者的个人情况，这一部分是所有问卷最基本的分析，我采用频数分析方法，结果如表 3。

Table 3. Results of SPSS frequency analysis
表 3. 调查问卷 SPSS 频数分析结果

名称	选项	频数	百分比(%)	累积百分比(%)
您的性别	男	132	50.38	50.38
	女	130	49.62	100.00
您的年龄	25 岁以下	37	14.12	14.12
	26 岁~35 岁	65	24.81	38.93
	36 岁~45 岁	131	50.00	88.93
	46 岁~55 岁	26	9.92	98.85
	55 岁以上	3	1.15	100.00
您的婚姻状况	已婚	188	71.76	71.76
	未婚	74	28.24	100.00
您的学历水平状况	高中及以下	21	8.02	8.02
	专科	45	17.18	25.19
	本科	164	62.60	87.79
	硕士	28	10.69	98.47
	博士	4	1.53	100.00
您所从事的职业	学生	17	6.49	6.49
	农民	8	3.05	9.54
	个体工商户	66	25.19	34.73
	企业员工	145	55.34	90.08
	公务员	26	9.92	100.00
您的月工资水平	3000 元以下	19	7.25	7.25
	3000 元~5000 元	63	24.05	31.30
	5000 元~8000 元	133	50.76	82.06
	8000 元~12,000 元	42	16.03	98.09
	12,000 元以上	5	1.91	100.00
合计		262	100.0	100.0

数据来源：问卷星 SPSSAU 数据分析结果。

从表 3 可知：从性别来看，样本中男女比例差距很小，说明填写该文件的性别差距不大；从年龄来

看,“36岁~45岁”占比最高为50.00%,其次是“26岁~35岁”,占比为24.81%;从婚姻状况分布及学历水平上看,大部分为已婚和本科;从职业来看,“企业员工”的比例为55.34%;从月工资水平来看,样本中有50.76%为“5000元~8000元”。综上所述,说明样本选择主要为有一定经济能力的青年人与中年人,同时也说明青岛市商业银行理财产品的需求者大致为青年人与中年人。

2.3.2. 针对量表问题的信效度分析

将第八题答案转化为量表数据,分别进行赋值,得出信度检验结果如表4所示。

Table 4. Cronbach reliability analysis of questionnaire

表 4. 调查问卷 Cronbach 信度分析结果

名称	校正项总计相关性(CITC)	项已删除的 α 系数	Cronbach α 系数
您对理财产品回报收益的注重程度	0.924	0.963	
您对理财产品回报周期的注重程度	0.929	0.962	
您对理财产品风险的注重程度	0.949	0.959	0.971
您对银行信誉及实力的注重程度	0.897	0.967	
您对银行理财人员专业化程度的注重程度	0.886	0.969	

数据来源:问卷星 SPSSAU 数据分析结果。

首先分析 α 系数,结果为 0.971,大于 0.8,说明信度高,问卷的质量也比较高;其次分析“已删除项目的 α 系数”,发现不管哪项被删除,信度系数都不会产生很大的波动,说明该题不必删除;最后分析“CITC 值”,各项的结果均大于 0.4,说明分析项之间的相关性比较强,同时也说明信度水平良好。

效度检验结果如表 5。

Table 5. Validity analysis of KMO and Bartlett

表 5. 调查问卷 KMO 和 Bartlett 效度分析结果

	KMO 值	0.913
	近似卡方	1811.625
Bartlett 球形度检验	<i>df</i>	10
	<i>p</i> 值	0.000

数据来源:问卷星 SPSSAU 数据分析结果。

在分析 KMO 值时,如果高于 0.8,则说明效度好,从表 5 可以看出:KMO 值为 0.913,KMO 值大于 0.8,说明研究数据效度非常好。

综上所述,可见青岛市居民在购买理财产品时,对理财产品的回报及风险非常重视,对银行的信誉、资金实力以及银行理财人员的专业化程度也非常重视。

2.3.3. 样本行为差异分析

关于青岛市居民对理财产品的需求情况,我们通过对问卷进行样本行为差异分析来了解。所谓样本行为,体现在该问卷中,即居民在购买理财产品时主要选择哪些银行、哪些理财产品,或者是获得理财信息的渠道以及起投金额,而在样本行为差异分析中,将青岛市居民分为两类,购买过理财产品的和没有购买过理财产品的,通过分析不同人群对于以上行为的差异表现,从而对青岛市居民关于理财产品的需求及偏好有一个大致了解,由于该分析属于定类分析,采用卡方分析,分析结果如表 6。

Table 6. Cross (chi square) analysis results of questionnaire
表 6. 调查问卷交叉(卡方)分析结果

题目	名称	您购买过理财产品吗(%)		总计	χ^2	p
		买过	没买过			
您购买理财产品时选择最多的银行是哪个	工商银行等国有银行	155 (69.82)	19 (47.50)	174 (66.41)	43.951	0.000**
	青岛银行	40 (18.02)	2 (5.00)	42 (16.03)		
	交通银行	9 (4.05)	1 (2.50)	10 (3.82)		
	招商银行	4 (1.80)	1 (2.50)	5 (1.91)		
	其他商业银行	14 (6.31)	17 (42.50)	31 (11.83)		
总计		222	40	262		
您近三年来选择过最多的理财产品是什么?	银行存款(活、定期存款)	38 (17.12)	18 (45.00)	56 (21.37)	30.794	0.000**
	网上理财产品(余额宝等)	134 (60.36)	14 (35.00)	148 (56.49)		
	基金、股票等金融产品	47 (21.17)	4 (10.00)	51 (19.47)		
	房地产、黄金	1 (0.45)	0 (0.00)	1 (0.38)		
	其他	2 (0.90)	4 (10.00)	6 (2.29)		
总计		222	40	262		
您一般通过哪些渠道了解理财产品呢?	互联网	107 (48.20)	18 (45.00)	125 (47.71)	19.492	0.001**
	书籍、报刊	9 (4.05)	0 (0.00)	9 (3.44)		
	银行柜台	38 (17.12)	8 (20.00)	46 (17.56)		
	第三方理财机构	52 (23.42)	3 (7.50)	55 (20.99)		
	熟人介绍	16 (7.21)	11 (27.50)	27 (10.31)		
总计		222	40	262		
您满意的理财产品投资金额起点是多少?	一万元以下	131 (59.01)	28 (70.00)	159 (60.69)	6.516	0.164
	二万元	49 (22.07)	3 (7.50)	52 (19.85)		
	三万元	18 (8.11)	5 (12.50)	23 (8.78)		
	四万至五万元	10 (4.50)	3 (7.50)	13 (4.96)		
	五万元以上	14 (6.31)	1 (2.50)	15 (5.73)		
总计		222	40	262		

* $p < 0.05$, ** $p < 0.01$ 。

数据来源: 问卷星 SPSSAU 数据分析结果。

首先, 分析是否购买过理财产品对于购买时选择银行的差异性, 从表 6 可知: 买过理财产品的选择工商银行等国有银行的比例 69.82%, 明显高于没买过的选择比例 47.50%; 买过理财产品的选择青岛银行的比例 18.02%, 明显高于没买过的选择比例 5.00%; 没买过理财产品的选择其他商业银行的比例 42.50%, 明显高于买过的选择比例 6.31%。综上所述, 在青岛市居民中买过理财产品的选择国有银行和青岛银行较多, 而没买过理财产品的除了国有银行, 选择最多的是其他商业银行。

其次, 分析是否购买过理财产品对于购买时选择产品种类的差异性, 从表 6 可知: 没买过理财产品的选择银行存款(活、定期存款)的比例 45.00%, 明显高于买过的选择比例 17.12%; 买过理财产品的选择网上理财产品(余额宝等)的比例 60.36%, 明显高于没买过的选择比例 35.00%; 买过理财产品的选择基金、

股票等金融产品的比例 21.17%，明显高于没买过的选择比例 10.00%。综上所述，在青岛市居民中没买过理财产品的人更倾向于银行存款，相反，购买过理财产品的人，对于理财产品的选择多种多样，其中网上理财产品购买的最多，究其原因，网上理财产品方便且利率高。

再次，分析是否购买过理财产品对于理财信息渠道的差异性，从表 6 可知：买过理财产品的选择第三方理财机构的比例 23.42%，明显高于没买过的选择比例 7.50%；没买过选择熟人介绍的比例 27.50%，明显高于买过的选择比例 7.21%；但从总体看，在青岛市居民中不管是否购买过理财产品，互联网都是选择最多的渠道。

最后，分析是否购买过理财产品对于理财产品起始金额的差异性，从表 6 可知：结果并没有差异性，所以此处只分析样本总体的结果，可见起始金额选择一万元以下的人数最多，说明青岛市居民在购买理财产品时更倾向于起始金额低的产品。

3. 青岛市商业银行理财产品存在的问题

基于第二部分关于青岛市商业银行理财产品现状以及对青岛市居民理财的问卷调查分析可得，青岛市商业银行理财产品主要存在以下问题。

3.1. 商业银行的分业经营制约了理财业务的发展

由于我国的商业银行实行的是分业经营的模式，分业经营包含三个层次，一是具体划分了只包括金融行业，而不包含非金融行业；二是金融行业中再进行仔细划分，如银行、保险、证券等；三是最重要的，企业和金融分离，商业银行的理财产品不能直接相关于证券、保险、基金业务。在这一模式下，大部分商业银行的理财产品都没有自己的，而是其他金融机构的，商业银行只起了代销平台的作用。因此，商业银行的个人理财业务受到一定程度的限制。

同时，我国的金融行业也在实行分业监管的政策，这阻隔了各金融行业之间的联系，银行业、保险业、证券业都有其自己的市场，在发行产品、沟通客户等方面缺少联系，在一定程度上阻碍了金融业的发展，同时更制约了银行个人理财业务的发展。

3.2. 理财产品“同质化”问题严重，缺乏创新性

从青岛市现在的金融市场环境来看，虽然各商业银行理财产品发行数量众多，但都大同小异，只有量的提高，而没有质的提升，通过青岛市各商业银行官网的产品了解到，在各银行在售理财产品大致都是将存贷款、各种基金、债券相互组合，在产品上出现“同质化”问题，产品缺乏创新性。然而，一个金融市场的稳定，必须不断注入新鲜元素，银行理财产品的创新更是重中之重，在金融业迅速发展的时代，如果各商业银行继续墨守成规，那银行的竞争力也将会随之下降。

3.3. 与互联网金融脱轨现象严重

从第二部分的调查问卷中我们可以看到，理财产品信息透明度的问题是人们比较关心的一个话题，对于理财产品来说，信息透明是对抗风险最好的武器。

从青岛市各银行官网来看，几乎所有的商业银行在销售理财产品，但是有不少商业银行在产品信息披露方面做的很不完善，披露的信息很少，一些银行甚至不披露。并且在资产新规发布后，银行理财产品在信息披露这一方面在各商业银行之间的差异非常大，有些银行信息透明度很高，而有些银行信息透明度极低，使得投资者很难及时、准确、完整地获得理财产品的信息，这时不利于投资者做出投资决策，很容易产生负面影响，同时也不利于金融市场的良性竞争。

3.4. 银行缺乏高素质理财人员

银行个人理财业务迅速发展的同时，银行理财人员的专业素质成为越来越不可回避的问题。问卷调查的结果也告诉我们在人民进行理财的时候对银行理财人员的专业素质是非常重视的。能做理财的人应该在素质模型上具有销售人员的素质和金融相关的专业知识，显然很多银行的理财人员不具备这种能力，因此会在一定程度上损害投资者的利益。

3.5. 产品缺少市场调查，目标客户群体不明确

青岛市商业银行向居民推广个人理财业务的同时，并没有做到明确的客户群体的划分，投资者在进行投资理财时，面对复杂多样的理财产品，难以把握哪一种真正需要的、真正适合的。

究其原因，主要是对于理财产品的市场需求调查不明确，目前的理财市场，没有对理财客户进行划分，不明确投资者需求，没有根据投资者的投资取向、生活方式以及购买能力等各种因素来对其进行更深入的细分，只一味发行大众化的理财产品，有时候会无法满足人们的理财需求。

3.6. 技术因素制约理财业务的发展前景

随着互联网的不断发展，互联网理财产品已经从增加数量发展到提升质量了，随之而来的，便是商业银行个人理财业务暴露缺点：缺乏技术支持。

调查问卷的结果显示，像余额宝等网上个人理财产品深受青岛市民喜爱，而反观各类 APP，有多少是专门运行理财产品的呢？在这个网络发达的年代，想要更好的发展个人理财业务，必然不能脱离网络。然而现阶段，青岛市的商业银行中，有多少发展了网上理财业务呢？有多少通过网络技术填写表格、进行产品讲解呢？少之又少。不得不说，技术已经成为制约个人理财业务发展的重要因素。

4. 青岛市商业银行理财产品问题的对策与建议

4.1. 政府角度

4.1.1. 逐步推行金融业的混业经营

在当今世界，绝大多数国家都倾向于实行金融业混业经营，中国已经逐步放开商业银行、证券公司等的限制，在我国这样混业经营已经成为一种趋势。政府应该加强关于实行混业经营的政策扶持力度，鼓励商业银行与相关企业的合作，逐步清除金融机构间的合作障碍，努力创造个人理财业务的良好市场环境。

4.1.2. 加强政府对银行的监管，实行配套的金融体制

首先，政府应该加强对商业银行的监管，尤其是商业银行个人理财产品信息透明度的监管，提高商业银行的服务质量，保护投资者的利益，使个人金融服务逐步向标准化、一体化发展。

其次，政府应该实行配套的金融体制，完善商业银行理财用户的个人征信系统，建立信用评级体系，从某种意义上来说，市场经济是信用经济，信用是经济行为的基础。政府在加强信用建设时，尽可能的协调各方利益的关系。同时，政府要通过立法为信用评级提供法律保障。

4.2. 商业银行角度

4.2.1. 改变传统商业银行的运行模式

在互联网的时代，由于受互联网技术的影响，商业银行应该减轻对线下网点的依靠，从而减少运营成本和物理成本，通过大数据、云计算等技术的分析使商业银行的办理理财业务效率逐渐提升。在互联网的助推下直销银行迅速增长，这种模式不发实体银行卡，没有物理网点，通过互联网、ATM 购买产品和服务，能将服务成本降到最低，给客户最大的利益。2018 年 11 月底中国直销银行共有 135 家，其中

城商行直销银行数量 72 家，在国内直销银行的占比超过一半，达到 53.3%，这源于城商行突破网点区域限制，借助电子账户(Ⅱ类账户)拓展域外用户的迫切需求。部分商业银行积极的在改变传统运行模式，积极创新，充分利用互联网技术，提高业务效率，保证银行的收益最大化，将目标客户定位在互联网客户，以及追求快节奏、新潮、精致生活的年轻人。

4.2.2. 创新商业银行的理财产品

互联网理财产品以“余额宝”为例，在 2013 年 6 月一经推出低门槛、交易灵活、高收益赢得了中低端客户的青睐，取得了很大成功，因此，各大互联网平台纷纷推出了理财产品，得到了客户的更多的关注，让客户有了更多的选择，使得商业银行的存款业务和理财业务减少，对商业银行的发展带来了巨大冲击，因此商业银行开始吸收借鉴互联网理财产品的优势，对其理财产品积极创新，降低了起购点，丰富了产品的结构，各大银行积极推出类似余额宝的理财产品。

4.2.3. 推行多样化的理财产品，满足不同客户需求

首先，商业银行要加强金融产品创新，只有不断创新，不断注入新鲜的活力的市场，商业银行才能够持续稳定的发展。

如果一个市场上出现某一种畅销的理财产品，那么同一时间就会出现很多同样的产品，投资者会陷入选择困难，这时，创新对于一个银行来说是必要的，当某个银行在许多同样的产品面前推出令人耳目一新的产品，就会获得市场大部分客户的认可。

其次，商业银行应加强市场调研，知己知彼，百战不殆。只有充分了解客户的需要，将不同的客户进行分类，在开发产品时具有针对性，才能避免大众化产品，才能满足不同客户的需求。

4.2.4. 提高银行理财人员的专业素质

金融行业是高薪行业，同时更是需要专业化人员的行业，理财人员是理财产品与理财客户之间的媒介，商业银行理财人员的专业素养如何，会对银行的口碑、投资者的利益产生很大的影响。商业银行应该提高银行理财人员的素质，第一，在入职门槛方面，商业银行要提高理财人员的入职门槛，银行间制定统一标准；第二，在进行岗位培训方面，进行“高素质”、“专业化”培训，不断进行考核淘汰，选拔综合素质高的人才；第三，在从业过程方面，实行严格的奖惩制度，表现好进行相应的奖励，如出现违规行为，则进行相应的惩罚。

4.3. 青岛市居民角度

4.3.1. 学习理财知识，形成正确的理财理念

第一，在理财时选择正规的商业银行进行投资理财，保证本金的安全；第二，在投资时，要学会规避风险，分散投资；第三，很多东西需要学习理财知识，时刻关注投资项目；第四，建立长期投资，而不是急功近利的概念，但不要期望收益率始终超过收益的平均市场利率。

4.3.2. 制定合理的理财目标，规范理财

我们要根据自己的实际情况，制定合理的理财目标，符合实际的目标就是指所制定的目标有实现的可能性，这样的目标不仅让人更有动力去达成，一旦实现还会让人有成就感，制定更远、更高的目标。

5. 结语

总体来看，青岛市商业银行个人理财业务的发展是很有前景的，随着经济增长，也有越来越多的人关注理财业务，人们的理财意识也不断提高。因此，青岛市商业银行理财业务也一定会越来越好。

基金项目

教育部人文社科基金项目“中美经贸摩擦背景下临港经济风险预警与对冲策略研究：以山东半岛蓝色经济区为例”(19YJC790128)。

参考文献

- [1] 田晖. 商业银行个人理财产品影响因素分析[D]: [硕士学位论文]. 成都: 西南财经大学, 2013.
- [2] 徐亚飞. 我国城市商业银行个人理财业务发展研究[D]: [硕士学位论文]. 济南: 山东财经大学, 2014.
- [3] 张舒. 我国商业银行个人理财业务的发展及对策研究[D]: [硕士学位论文]. 大连: 辽宁师范大学, 2014.
- [4] 万聪. 网络问卷调查系统分析与设计[D]: [硕士学位论文]. 北京: 北京交通大学, 2014.
- [5] 李萍. 互联网金融冲击下商业银行个人理财业务的发展对策研究[D]: [硕士学位论文]. 太原: 山西财经大学, 2015.
- [6] 杨逢春. 青岛农村商业银行发展互联网金融研究[D]: [硕士学位论文]. 新乡: 河南师范大学, 2016.
- [7] 王军舰. 我国商业银行个人理财业务发展的问题及对策[J]. 商业经济, 2017(2): 168-170.
- [8] 杜波. 居民对商业银行个人理财业务的认知及需求研究[D]: [硕士学位论文]. 杭州: 浙江大学, 2018.
- [9] 程昱, 申小红. 我国商业银行个人理财业务存在的问题及对策[J]. 智库时代, 2018(35): 5-6.
- [10] 张红兵. 我国商业银行个人理财业务的现状及发展策略研究[J]. 统计与管理, 2019(7): 3-7.
- [11] 李园圆, 张泽凡. 我国商业银行个人理财业务发展状况浅析[J]. 现代经济信息, 2019(4): 328.

附录

青岛市居民个人理财供求与认知调查问卷

1. 您的性别[单选题] * 男 女
2. 您的年龄[单选题] *
 25 岁以下 26 岁~35 岁 36 岁~45 岁 46 岁~55 岁 55 岁以上
3. 您的婚姻状况[单选题] * 已婚 未婚
4. 您的学历水平状况[单选题] *
 高中及以下 专科 本科 硕士 博士
5. 您所从事的职业[单选题] *
 学生 农民 个体工商户 企业员工 公务员
6. 您的月工资水平[单选题] *
 3000 元以下 3000-5000 元 5000-8000 元 8000-12000 元 12000 元以上
7. 您购买过理财产品吗[单选题] * 买过 没买过
8. 您对理财产品的认知情况 [矩阵单选题] *
 您对理财产品回报收益、回报周期、风险、银行信誉及实力、银行理财人员专业化程度的注重程度
9. 您了解青岛市都有哪些理财产品吗[单选题] *
 非常不了解 不了解 一般 比较了解 非常了解
10. 您购买理财产品时选择最多的银行是哪个[单选题] *
 工商银行等国有银行 青岛银行 交通银行 招商银行 其他商业银行
11. 您近三年来选择过最多的理财产品是什么? [单选题] *
 银行存款(活、定期存款) 网上理财产品(余额宝等) 基金、股票等金融产品
 房地产、黄金 其他
12. 您一般通过哪些渠道了解理财产品呢? [单选题] *
 互联网 书籍、报刊 银行柜台 第三方理财机构 熟人介绍
13. 您满意的理财产品投资金额起点是多少? [单选题] *
 一万元以下 二万元 三万元 四万至五万元 五万元以上
14. 在银行理财产品中, 以下那个问题是令你最困扰的? [单选题] *
 同样化的产品太多, 不知如何选择 购买时不知道买入多少合适
 银行理财产品太复杂难以搞懂 信息透明度低, 安全性差 起始金额高
15. 请您就银行理财产品提出一些建议 [填空题] *