

要途径。

3、产品策略方面

加强合作机构管理，丰富产品体系。产品是吸引客户和开展业务的基础，中小银行需继续丰富合作机构与产品体系；基金方面，继续准入头部主流的基金公司，扩充代销基金的种类；保险方面，准入新的保险公司，积极引入万能型两全险、年金险以及终身寿险等具有长期储蓄功能的保险产品；贵金属方面，准入新的合作机构，引入新颖特色的主题贵金属产品。有计划引进信托计划、资管计划、他行理财等产品，扩展产品链，满足客户多样化需求。

4、人才队伍方面

一是加强队伍建设，有针对性对外招聘专业人才，扩充财富管理业务的人才队伍；建立内部优秀员工和外部机构老师授课相结合培训制度，提升员工的专业能力和营销能力。二是鼓励全员取得AFP、CFP、CFA等专业证书，通过银行、基金、证券各类资格考试，不断增强营销能力。三是加大培训资源投入，构建覆盖财富管理业务全链条人员队伍的培训机制，设置多元化与专业化课程，持续提升全员财富管理能力。

5、品牌建设方面

中小银行需加强财富管理业务品牌建设，塑造与自身经营战略和奋斗目标相适应的品牌形象，铸造品牌“护城河”。卓越财富品牌代表的是优良信誉和形象，是难以模仿和复制的。尤其是银行产品与服务的越来越同质化，品牌更是影响客户选择的关键因素。对于中小银行来说，其财富管理业务品牌是专业能力、资金实力、管理水平以及创新发展的综合体现。打造卓越的银行财富品牌，已经成为中小银行提高自身竞争力的重要途径，更是占据了当今市场竞争的核心地位。

6、数字化转型方面

一是稳步推进财富管理业务系统建设，提高财富管理效率，提升客户体验。推进CRM系统更新迭代，深度挖掘财富客户数据，实现对银行客户精准画像，做好财富客户分层与细分，精准锁定目标客户，满足客户差异化需求。二是打造前中后台一体化的数字化平台，打破数据隔离，实现精细化运营，有效降低成本，提高管理效能。三是满足不同层级用户的差异化数据应用诉求，增强全行各层级用户的数据应用能力，提升数据对代销业务管理与决策的支撑能力。

7、风险管控方面

一是提升财富管理业务的风险管控能力。财富管理业务的健康与可持续发展，合规是前提条件。中小银行

务必要平衡好合规与发展的关系，坚守底线，不越监管红线，不碰政策高压线；增强风险防范意识，增强合规经营理念；强化内部控制制度，实现业务的前中后台分离。二是健全代销业务风险控制机制，做好产品与机构准入风险控制；规范经营网点销售行为，统一全行营销话术，严格按照监管规定开展业务活动。三是加强政策法规制度培训，切实增强员工声誉风险的防范意识，提高声誉风险防控水平与舆情应急处置能力。

结语

综上所述，财富管理业务已经成为各家银行的主赛道业务和风口业务，对中小银行提出了更高的要求。尤其是在共同富裕的大背景下，财富管理业务更是迎来了新的发展机遇。中小银行要结合自身定位，利用自身优势条件，加强顶层设计，实现资源整合，凭借优质产品和专业化服务，差异化定位，实施品牌战略，推进数字化转型，风险管控能力提升，建立自身比较优势。既促进中小银行零售业务的转型升级，又让更多的本地客群享受到经济发展带来的财富分配红利，提高金融服务可得性、便利性和普惠性，切实增强城乡居民的获得感、幸福感、安全感，有助于进一步缩小城乡居民的财富差距，稳步推进我国共同富裕事业的发展。

参考文献

- [1] 郑国雨：《深化财富管理转型促进共同富裕研究》，载《中国金融》，2022（24）：32-34页。
- [2] 王强：《把握新时代商业银行财富管理发展的八大机遇》，载《中国银行业》，2023（2）：86-88页。
- [3] 祁斌：《商业银行加快发展财富管理业务的思考与建议》，载《金融纵横》，2021（5）：10-16页。
- [4] 涂今鸿、邓涵涵：《商业银行品牌建设主要措施及经验借鉴》，载《时代金融》，2020（6）：38-39页。
- [5] 翟立宏、陈新春：《促进财富管理行业高质量发展》，载《中国金融》，2022（24）：46-47页。
- [6] 郝玉斌、王功旺、史瑞兰等：《商业银行中间业务创新发展的现状及增长点探究——以农业银行陕西省分行为例》，载《西部金融》，2019（4）：56-59+67页。

作者简介

孙永康 长安银行股份有限公司个人金融部中级经济师，研究方向为零售金融、科技金融