

Research on the Development of Bank Asset Management Business under the Internet Financial Big Data-Bank of Construction as an Example

Qiyang Guo^a Pinyi Yao^b

^{ab} College of Business, Nanning University, China

Received 03 January 2024, Revised 14 March 2024, Accepted 1 June 2024

Abstract

Purpose – The background of the deepening development of Internet finance has had a certain impact on the traditional operation and management mode of commercial banks, and the asset management business of commercial banks is also facing serious challenges.

Design/Methodology/Approach – This paper analyzes the development status of asset management business of China Construction Bank from 2017 to 2021 through case study method, literature research method, and comparative analysis method based on the premise of Internet financial big data, and vertically compares the development status of asset management business of China Construction Bank from 2017 to 2021, and explores its development status and future.

Findings – This study finds that there are problems in asset management of construction banks, such as unsound organizational construction, serious homogenization of wealth management products, imperfect risk prevention and control system, poor sales channels, and lack of asset management professionals, etc. It also puts forward countermeasure suggestions to strengthen the organizational construction of asset management, accelerate product and service innovation, sound and perfect the risk prevention and control system, broaden the on-line and off-line sales channels, and strengthen the asset management business team. It also puts forward countermeasures and suggestions to strengthen the asset management organization, accelerate product and service innovation, improve the risk prevention and control system, broaden the online and offline sales channels, strengthen the asset management business team, enhance the cultivation of talents, and improve the treatment of talents, so as to effectively promote the construction bank to comply with the economic and social change trend and the trend of the times and adjust its own direction.

Research Implications – Through this study, the construction bank can adjust its business direction in time, enhance its competitiveness in the financial market, and effectively respond to various challenges. It also provides a reference experience for other commercial banks, which has certain application value and practical significance.

Keywords: Internet Finance, Big Data, Asset Management Business, Commercial Bank

JEL Classifications: G21, G32, E44

^a First Author, E-mail: 369878965@qq.com

^b Lecturer, College of Business, Nanning University, China, Corresponding Author, E-mail: yaopinyi@unn.edu.cn

© 2023 The NLBA Eurasian Institute Limited. All rights reserved.

I. 绪论

1. 研究背景

随着信息技术的飞速发展，尤其是互联网、云计算、大数据等新兴技术的广泛应用，金融业正经历着前所未有的变革。互联网金融作为一种新型金融业态，以其便捷、高效的特点迅速崛起，对传统银行业务产生了深远影响。与此同时，大数据技术

的发展为金融业带来了新的机遇，海量的数据资源成为金融机构挖掘潜在价值、优化服务流程的重要工具。

从商业银行的资产管理业务开展至今，国内的学术界和银行界对资产管理业务的分析和研究，至今已有多年的理论积累，也形成了大量的研究成果。目前学术界的研究重心更多放在互联网金融对商业银行总体的影响，而不是细化研究其中的某个领域，因此，本文重点选取整体中的部分进行研究，将研究范围锁定于资产管理业务，将视角聚焦于“互联网金融大数据下商业银行资产管理业务发展研究”，与过去学术界较为宏观的研究视角有明显的区别，是对理论界的一种深耕和补充，有一定的理论研究价值。

2. 现实意义

在科技迅猛发展的今天，互联网金融给商业银行带来的挑战日益严峻，冲击显著表现在商业银行的传统优势领域——资产管理业务方面。商业银行必须高度关注这一变化，积极寻求应对之策。建设银行作为中国四大国有商业银行之一，在国内银行业中具有举足轻重的地位。本文选取建设银行作为研究对象，在互联网金融的大背景下，对其资产管理业务展开深入分析与探讨。

通过对建设银行当前资产管理业务发展现状的描述，本文指出了在互联网金融大数据下建设银行资产管理业务面临的问题，并深入分析了这些问题产生的原因。在此基础上，本文提出了相应的对策与建议。这些建议有助于建设银行完善其经营管理策略，使其能够更好地适应经济社会变革的趋势，把握时代发展的脉搏。

通过本研究，建设银行可以及时调整经营方向，增强在金融市场中的竞争力，有效应对各类挑战。此外，本研究还为其他商业银行提供了可借鉴的经验，具有一定的应用价值和现实意义。

3. 国内外研究现状

3.1. 国外研究

对于资产管理业务的研究：国外的银行资产管理业务是一项全面的金融服务，它的投资范围包括动产、不动产、股权和债券等各种产品，这些产品可以用于交易和估价，并成为资产管理业务的投资标的。Xidonas, Staikouras 和 Zopounidis (2018) 通过建立一个集成的投资组合优化业务框架，以弥合多目标数学编程的复杂数学理论与资产管理实践之间的潜在差距。Erdemlioglu 和 Joliet (2019) 研究了在异构风险规避水平下具有长期背景下的最优股权投资组合。情绪指标对半主动投资组合收益的影响相当大的，半主动策略的同期超额收益与市场状况和情绪负相关。Suresh Kadam, Madhvi Sethi (2021) 提出了资产管理业务存在的流动性风险、产品设计和估值等问题，要求资产管理部门要注重风险的监控以及组织架构的设计。国外学者通过建立模型等多种分析方法，提出了如何优化资产管理业务，实

现资产管理业务的发展的建议。

关于互联网金融对商业银行影响研究：Anh-Tuan Doan（2017）认为互联网金融可以为商业银行带来技术创新，解决信贷信息不对称问题，降低银行信贷风险，提升盈利能力。Hughes（2018）认为，在互联网信息时代背景下，商业银行资产管理业务的发展需要综合大数据处理技术、云计算信息分析系统等先进的互联网信息技术，充分使用这些先进数据处理与分析系统能够使商业银行资产管理业务发展得更好更快。Chen et al.（2019）认为随着竞争的加剧，互联网金融的发展降低了贷款的利息收入，增加了存款的利息成本，降低了贷款和存款的增长率，带来了更大的风险。Jichang Dong（2020）等研究结果表明，互联网金融的发展对商业银行的盈利能力、安全性和成长性具有正向影响，对商业银行的流动性具有负向影响。

3.2 国内研究现状

对于银行资产管理业务的研究：银行资产管理业务是指银行通过募集资金或接受客户委托，根据协议为客户提供理财服务的行为。商业银行的资管业务包括银行理财、信托、保险销售、贵金属销售、基金销售和客户资产配置管理等。李鋈（2017）认为资管行业应该从业务模式、产品创新、投资研发建设、客户营销、风险控制等方面来研究资产管理业务。同时持此种观点的学者主要有蒋玉洁、孔庆龙（2018）、胡建忠（2015）等等。卜振兴（2018）认为资产管理业务是商业银行发展的重中之重，也是最具创新性的业务，不断加强创新是资产管理业务发展的原生动力。何茜茜（2018）认为提高商业银行投资管理能力同时，考虑增加投资品种的多样性，还要从投资者的角度研究产品和服务的提升。

对于互联网金融对商业银行影响的研究：互联网金融是一种创新的金融服务模式，其中传统金融机构和互联网企业结合互联网技术和信息通信技术来实现资金融通、支付、投资和信息中介服务。互联网金融操作便捷，为社会带来了诸多便利。蔡浩生（2020）认为商业银行想要在竞争中求得生存、发展，就要注重迎合网络时代发展趋势，大力开发互联网金融产品，以此来形成完善的金融服务模式，在吸引客户群体支持的同时，推动商业银行高质量发展。吴丹红（2022）认为互联网金融高速发展对商业银行盈利能力产生了很大冲击，针对此情况应加强金融科技的创新和互联网金融企业的合作。杨伟健（2022）认为我国商业银行在面对互联网金融时代的冲击下，应更具针对性地服务于客户，以服务客户为中心，并将线下业务拓展到互联网平台，与互联网金融合作，发挥自己的特有优势，实现产业升级，在互联网时代下站稳脚跟。

3.3 研究综述

通过综述国内外相关文献发现，研究重点主要集中在互联网金融对金融机构的影响以及商业银行业务拓展方面。但是，研究互联网金融大数据下商业银行资产管理业务发展方面的论文较少。本文以互联网金融大数据为背景，对建设银行资产管理业务发展进行分析，以建设银行概况及当前资产管理业务发展现状为切入点，提出了建设银行资产管理业务方面出现的问题并进行成因剖析，所涉及的系列问题给出了相应的对策建议，这有利于建设银行利用互联网金融的优势更好地发展资产管理业务。

4. 研究方法

（1）案例分析法

本文以建设银行作为案例，探讨在互联网金融大数据迅速发展的背景下，资管业务的现状与存在的问题，提出建设银行资产管理业务发展的对策建议。

(2) 文献研究法

在互联网金融和银行资产管理业务方面进行文献检索，全面了解和熟悉当前互联网大数据下商业银行资产管理业务的发展现状和理论基础。整理国内外学者的研究成果作为基础，以便深入探讨这一领域的相关问题。

(3) 对比分析法

将建设银行 2017 年至 2021 年来资管业务的发展数据进行对比，提出存在的问题，并列举相应改进措施，具有一定借鉴意义。

II. 相关概念界定及理论基础

1. 相关概念界定

1.1 互联网金融概念

互联网金融是指利用互联网技术和信息通信技术实现融资、支付、投资和其他金融服务的一种新型金融模式。它依托互联网平台，通过云计算、大数据、区块链等现代信息技术手段，为用户提供更加便捷、高效的金融服务。互联网金融的兴起和发展，改变了传统的金融服务模式，促进了金融市场的多元化，同时也带来了一系列监管挑战。各国政府和监管机构正在不断调整和完善相关政策法规，以适应互联网金融带来的变化，确保市场的稳定与安全。

1.2 银行资产管理业务概念

银行资产管理业务是指银行在为客户管理和运作资金的过程中，通过一系列专业的投资和管理活动，实现客户资产保值增值的服务。这项业务是银行金融服务的重要组成部分，涵盖了多种类型的金融产品和服务，旨在满足客户不同的财务需求。

2. 相关理论基础

2.1 互联网金融理论基础

(1) 金融创新理论

金融创新理论是关于金融领域内新产品、新工具、新技术、新流程以及新组织方式的创造和发展的一套理论框架。信息技术的进步，如互联网、大数据、人工智能等，为金融创新提供了技术基础。在当今互联网大数据快速发展的背景下，银行业面临互联网金融的冲击，因此采取了一系列创新和改革措施。

(2) 长尾理论

长尾理论很好地解释了当前互联网金融的快速发展。商业银行通常被视为满足高需求或主流市场的产品，而互联网金融则更多地占据了长尾市场的一部分，但仍能与商业银行形成有力的竞争。互联网金融主要服务于长尾市场，尤其体现在为普通用户提供个性化服务上。因此，在互联网蓬勃发展的背景下，商业银行可以利用其在主流市场中的优势，培养“长尾”意识，重视挖掘普通用户的潜力。

2.2. 资产管理业务理论基础

(1) 金融中介理论

金融中介理论是经济学和金融学中用来解释为什么需要金融中介机构（如银行、保险公司、养老基金等）以及它们如何运作的理论。金融中介机构在经济活动中发挥着至关重要的作用，它们在资金供应者（储蓄者）和资金需求者（借款人）之间架起桥梁，通过各种金融工具和服务促进资金的有效配置。金融中介是指那些在金融市场上充当资金转移者的机构，它们从资金盈余单位（如储蓄者）那里吸收资金，并将其转借给资金短缺单位（如投资者）。这些中介包括商业银行、投资银行、保险公司、养老基金以及其他非银行金融机构。

(2) 投资组合理论

投资组合理论（Portfolio Theory）是一种用于分析和构建投资组合的方法，旨在通过分散投资来降低风险，同时追求合理的收益。这一理论最早由哈里·马科维茨（Harry Markowitz）在1952年提出，是资产管理业务的最基础理论之一。投资组合理论的核心思想是通过构建一个多样化的投资组合来分散风险，从而实现最优的风险与收益平衡。现代投资组合理论放宽了经典资产组合理论中关于市场有效性和投资者信息完全性的假设，以适应更为复杂的市场环境和投资者的预期行为，从而使模型更具实际应用价值。根据这一理论，资产管理业务的从业者在构建资产组合时，应考虑如何平衡收益与风险，在追求收益最大化的同时，构建风险最小化的投资组合。这是银行资产管理业务的理想目标。

III. 建设银行概况及资产管理业务发展现状

1. 建设银行概况

中国建设银行（简称“建设银行”或“建行”，英文名称为 China Construction Bank Corporation, CCB）是中国四大国有商业银行之一，成立于1954年10月1日。建设银行在全球范围内提供广泛的金融服务，包括零售银行、公司银行、投资银行、资产管理等多个领域。

2. 建设银行组织架构

如图1所示，建行总行属于企业一级法人，是所有业务和规章制度的制定者。股东大会是建行管理层最高机构权力所辖范围也最大，董事会和监事会都居于其次并受其管辖。董事会作为公司对外业务执行的代表，在指导和管理建行的各项业务活动的同时会按照建行的周期时间向股东大会反馈近期任务进展情况。监事会主管有对公司内部的各项经营活动以及管理人员的监督义务。由于建行分支行分设遵循垂直管理原则，即总行、一级分行、二级分行、县级分行，省市一级分行的相关政策由总行发布。依照行政区域划分，建行在各省、直辖市、自治区设立了建行一级分支机构，称为省分行、市分行和区分行。省级分行管理的城市二级分行，基本设立三类营业部：业务安全部门，业务部门和后勤部门。在二级分行所在城市设立支行，比如在各县市设立的县支行。分支机构下方是网点和分理处。

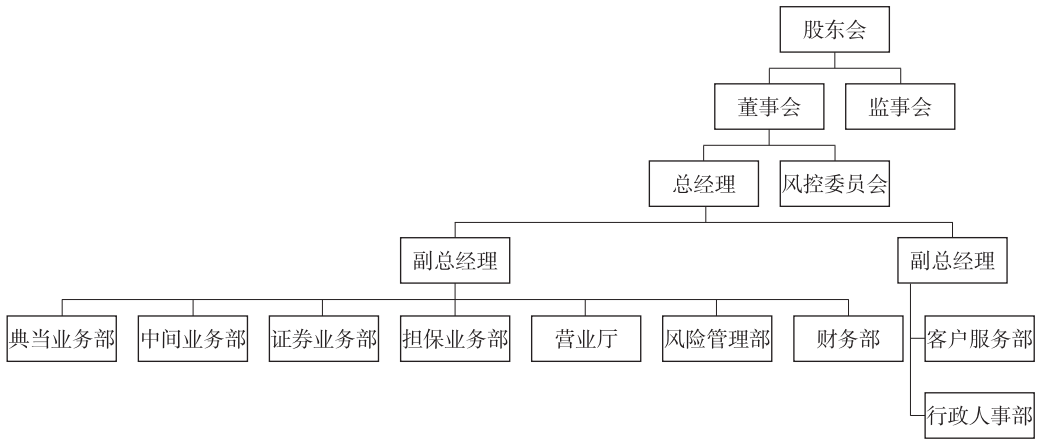


图1. 中国建行组织结构图

3. 建设银行资产管理业务发展现状

3.1 理财产品业务发展现状

(1) 理财产品规模变化

如图 2. 建设银行的理财业务资产规模在 2017 年到 2021 年期间稳步增长。截至 2017 年末，理财产品规模已经达到了 20,852.56 亿元；到了 2018 年，理财产品的总额已经达到了 21,883.03 亿元；2019 年末，理财产品规模进缓降至 21,457.23 亿元；到了 2020 年末，规模达到了 22,248.48 亿元。2021 年末，理财产品规模达到了 23,722.79 亿元。

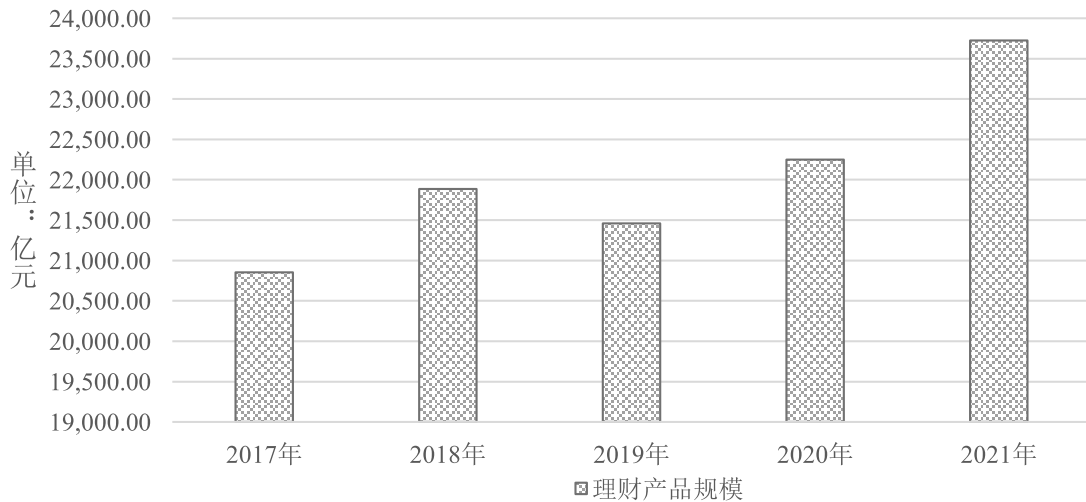


图2.建设银行近年来资产管理业务发展状况统计图

注：数据主要来源于中国建设银行2017—2021年年报

建行的理财产品收入整体上也呈现出正态增长，如图 3，图 4 所示，2017 年末理财产品收入达 200.40 亿元，增幅为 2.42%，2018 年末理财产品收入 111.13 亿元，降幅 44.55%，2019 年末理财产品收入达 128.99 亿元，增幅为 16.07%，2020 年末理财产品收入达 133.98 亿元，增幅为 3.87%，2021 年末实现理财产品收入达 185.50 亿元，增幅为 19.11%。

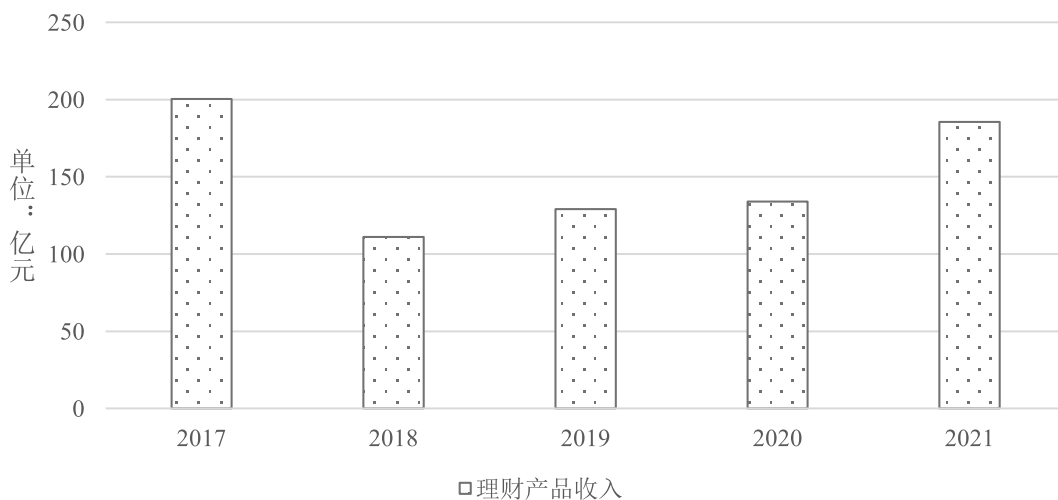


图3.建设银行2017—2021年建设银行理财产品收入图

注：数据主要来源于中国建设银行2017—2021年年报

如图 4. 从 2017—2021 年的数据来看，2017 到 2018 年中国建设银行理财产品规模缓步增长，但理财产品收入减少。究其原因是经过互联网金融专项整治，互联网金融市场乱象逐渐恢复秩序，市场定位也回归到小额、分散、长尾的理念中，对建设银行传统核心业务的理财业务发起挑战，且资管新规的出台使得保本类理财产品的刚性兑换被打破，投资者对相关产品的预期降低，相应的资金流入减少使得理财产品的收入出现大幅度下跌，而其理财产品规模的缓步增长是因为非保本类理财产品的支撑。2018 年到 2021 年建设银行理财产品规模不断扩大，理财产品收入缓步增长，一方面是因为受到 2019 年末疫情影响，居民对未来经济发展预期低，使得资金流入风险性较低；另一方面是建设银行针对互联网金融做出对理财产品种类的调整来补齐市场缺口。

2018 年着力打造互联网、大数据和人工智能深度融合的服务体系，也在很大程度上扩大了理财产品的规模。收入增幅呈正态增长趋势，只有在 2020 年疫情严重的情况下收入增长态势放缓，这背后说明了中国建设银行在理财产品研发上加大了力度，同时又注重降低产品发行成本，提高资产运营和管理能力，努力将资产管理业务打造成为第三支柱。

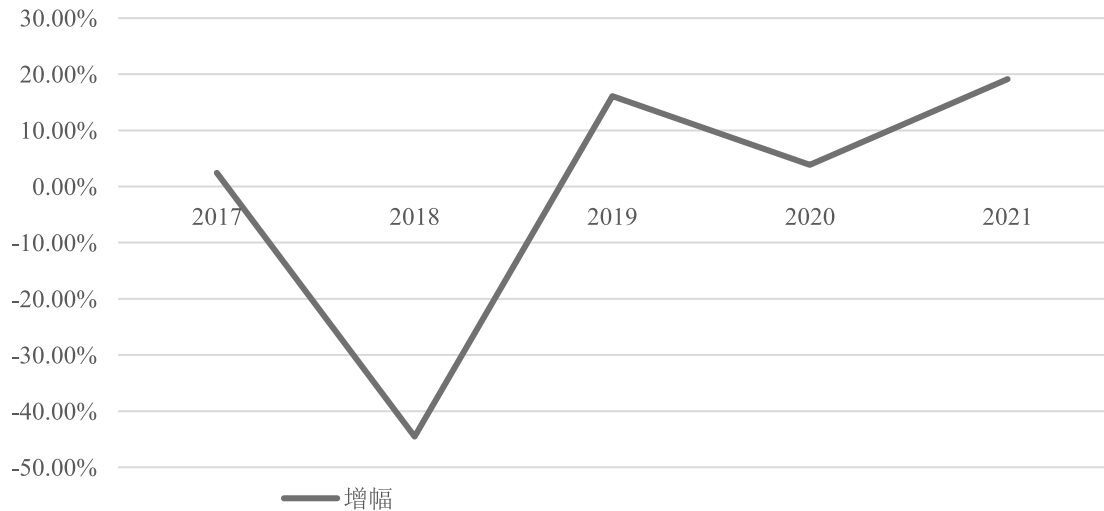


图4.建设银行2017-2021年来理财产品收入增幅折线图

(2) 理财产品结构

中国建设银行理财产品针对收益方式有保本理财产品和非保本理财产品之分，这两者的投资回报率同风险成正比，这样不同风险类型的人也能够很好地兼顾，同时建行理财产品主要由这两种类型构成。

从表 1 可以看出 2017 年到 2021 年来，非保本理财产品的总金额呈现出正常态势，2019 年理财总额缩水，其原因是互联网金融突破传统观念，渗透到保险和银行等金融行业中来，加剧了金融机构之间的竞争。其中应监管机构要求设立建信理财子公司将保本理财的产品份额进行了分流。理财产品所占份额逐步降低，直至 2021 年末保本理财退出建行理财产品市场。鉴于此，中国建设银行扩充了绿色理财产品、ESG 专项理财产品、“乡村振兴”等主题的理财产品，以此来推进金融领域的可持续性发展以及扩展用户群体。不过这些新型理财产品的投资方向主要集中于债券和混合类，产品期限也都在一年内，由此看出建设银行理财产品资金投资渠道和期限结构的单一。产品也集中于保本型和非保本型，非保本型产品占据大头，其收益方式的单一也能反映出建设银行理财产品同质化严重的问题。

其次，截至 2021 年末，建设银行顺应互联网发展背景，并考虑互联网金融模式下占据的长尾市场，建立起了服务于客户的金融数据库，以此来研发针对客户个性化需求的理财产品来应对保本理财产品退出理财市场所产生的收益损失。目前建设银行理财产品的销售主要依靠线下分行营业部，随着互联网金融与商业银行之间的竞争愈发激烈，建设银行也开始设立网上银行和线上渠道来扩大理财产品的销路，但线上线下渠道分立而行，其销售渠道不通畅的弊端就越来越影响到理财业务的长远发展。

表1.建设银行理财产品发行情况

年份	本行保本理财	非保本理财	建信理财	总额（亿元）
2017年	3,544.36	17,308.20	-	20,852.56
2018年	3,417.79	18,465.24	-	21,883.03
2019年	1,768.47	18,850.50	-	20,618.97
2020年	568.54	14,710.10	6,969.84	22,248.48
2021年	-	1,839.49	21,883.30	23,722.79

注：数据主要来源于中国建设银行2017—2021年年报

3.2 资产托管业务发展现状

互联网金融企业对建设银行各项业务的挤占和吞并市场的行为，使得建设银行开始多策并举推动资产管理业务的发展，比如与全球大型资产管理公司开展托管业务等。以下就是建设银行资产托管业务规模及收入情况。由表 2 可知，2017 年到 2021 年建设银行资产托管业务规模不断扩大，托管收入也在不断增长，托管业务对银行的资金占用率较少，但利润较高，因此其发展趋势比较良好。由此可见，互联网金融对于托管业务产生的冲击较小，但随着托管业务规模的不断扩大，其背后存在的内部风险、管理风险和流动性风险无形之中就会显现，如果不加以干预控制，托管业务良好的发展态势也可能因此受到波及。因此建设银行可以借助互联网金融在互联网上的优势来完善风险防控体系，并建立严格的网络安全监管体系来保证托管业务的正向发展。如果银行托管业务搭上了互联网金融发展的顺风车，其未来的发展态势和格局一定会快速上升。

表2.建设银行资产托管业务规模及收入情况

年份	托管规模（亿元）	托管收入（亿元）
2017年	115,400	114.21
2018年	122,200	122.68
2019年	131,300	139.80
2020年	152,500	153.08
2021年	177,000	168.84

注：数据主要来源于中国建设银行2017—2021年年报

随着建设银行的托管业务规模不断扩大，需要的专项资产管理也会不断增长，而现下建设银行的实际状况却是专业资产管理员工的长期匮乏，如果此种状况不加以改善，或者只是找一些对资产管理不甚熟悉的普通员工来弥补人员缺口，势必会影响到托管业务规模的扩大趋势。因此打造专业化的资产管理队伍的任务刻不容缓。

IV. 互联网金融大数据下建设银行资产管理业务存在的问题

1. 银行资产管理组织建设不健全

资产管理理论最早可以追溯到 20 世纪初，我国银行业在二十世纪 90 年代才开始进入监管架构的探索阶段，至今仍在发展中，相比发达国家晚了近一个世纪。建设银行总行于 2015 年初开始对组织架

构进行微调，将原有的投资银行部变更为资产管理部，但由于建行规模庞大，分支机构众多，只有那些投资倾斜较多的省分行和直属分行有足够的资源来建设和完善组织管理结构。然而，这些分行的重点大多在于通过建立部门来提高经营绩效，而非全面加强资产管理能力。相比之下，二级分行和县级分行本身的组织架构并不健全，对于资产管理部的建设更是力不从心。尽管建行已有几年的资产管理组织建设经验，但在这一过程中仍然存在管理人员意识淡薄、职责不清、部门职能界定不明、内部控制机制不完善等诸多问题。因此，要彻底完善资产管理组织建设，仍需经历长期的实践与探索。

2. 理财产品同质化严重

目前，我国商业银行推出的理财产品种类虽然不断增加，但在建设银行资产管理业务的当前阶段，投资者的整体成熟度越来越高，他们对资管产品的种类、投资方向以及风险回报的差异化需求日益显著。然而，当前发行的资管产品大多集中在债券或混合类产品上，并且在产品创新方面投入不足，导致市场上出现了严重的同质化现象。

具体而言，多数银行在推出新产品时，倾向于模仿市场上已有的成功产品，而不是进行深入的市场调研和创新研发。这种做法虽然短期内能够快速推出新产品，但长期来看，却使得市场上充斥着相似的产品，缺乏差异化竞争优势。理财产品同质化不仅限制了产品的吸引力，还加剧了市场竞争，导致银行难以通过特色产品吸引和保留客户。

随着互联网金融的发展和客户对个性化服务需求的增长，商业银行必须增强危机意识，重视科技创新的作用，并认识到创新驱动发展的重要性。当前，国内的很多金融产品都是直接从西方国家引进的，虽然这种方式节省了研发成本和时间，但忽略了产品的本土化适应性。因此，金融机构需要从实际市场需求出发，深入了解客户的真实需求，创新出更适合我国国情的金融产品和工具，以打破同质化的困境，实现业务的可持续发展。

3. 风险防控体系不完善

从中国整体角度来看，风险管理的发展起步相对较晚，建设银行在这方面也面临着类似的挑战。尽管当前金融体制改革为风险管理带来了新的机遇，建设银行在风险管理体系的完善方面相较于以往有所改进，但仍存在诸多不足之处。如不良贷款导致的坏账处理难题、经济全球化引发的汇率风险增加，以及资产贬值风险等问题。这些问题的成因是多方面的，根本原因在于当前的管理理念未能跟上金融快速发展的步伐，导致与科学合理的管理思想产生冲突，并逐渐形成差距。

此外，虽然建设银行的风险管理系统在改革过程中得到了一定的发展，但尚未达到完善的程度。风险评估与量化方法过于简单，相关技术也不成熟，风险对冲意识较为薄弱，风险管理文化也没有得到应有的重视。许多工作人员对风险防范的认识不足，缺乏实践经验，这都表明了问题的严重性。最关键的原因仍然是风险防控体系的不健全，这限制了银行风险管理系统在揭示和控制方面的作用。

我国的风险管理理论、技术和策略正处于不断发展之中，其中一些理论和技术尚未成熟，难以有效解决实际的风险管理问题。虽然可以借鉴国外经验，但这些经验与我国实际情况存在一定差异，理论与实践之间仍有较大的鸿沟需要跨越。

4. 销售渠道不畅通

目前，建设银行理财产品的销售主要依赖于线下自营网点的面对面销售。由于建设银行拥有较多的线下服务网点，因此在这一方面具有较为明显的优势。然而，随着互联网金融和数字化转型的需求

日益增加，建设银行正在逐步建设线上销售渠道，并对线下实体网点进行硬件升级，以打造智慧网点。但总体而言，线上和线下销售渠道目前仍是分立运行，建设银行尚未建立完整的现代市场营销体系，并且缺乏准确的市场细分和定位。

建设银行也开通了手机银行和网上银行，手机银行上也开展了一系列理财产品的宣传，但软件使用量还需要进行增加。所以，如何扩大销售渠道和推介理财产品，以及提高信息的传播和扩大覆盖面都是建设银行需要解决的问题。

5. 银行资产管理专业人才的匮乏

建设银行已组建资产管理业务的专业队伍，但由于资产管理部门自 2015 年才成立，队伍建设时间较短，导致人才培养类型单一，且培养方向不够精准，盲目追求全面性，导致有限资源未能充分利用，人才质量参差不齐。建设银行为客户提供“一站式”服务，虽然方便了客户，但也增加了资管人员服务客户的难度。资产管理人员需要具备丰富的专业知识，熟悉建设银行的理财产品及其特点，并了解证券、基金、保险等其他金融领域的知识，以满足客户的多样化需求。然而，这容易导致“一般人员做不了、专业人才不愿做”的困境。加之国内实行分业管理，使得精通各金融领域的人才非常稀缺。

V. 互联网金融背景下建设银行资产管理业务发展的对策建议

1. 加强资产管理组织建设

为了在竞争激烈的市场中抢占先机，建设银行需要对组织架构进行优化，建立矩阵式的组织架构，可以通过管理系统实现各职能部门之间的横向联系，促进沟通和信息共享，从而发挥各部门的专业优势，使协作更加高效。由于该架构具有双层协调机制，它一方面可以为上级管理人员减负，将其更多的专注度放在公司总目标以及阶段性目标的制定上，另一方面可以对公司政策的执行状况有一个更加透明清晰的监督。通过调整组织架构，可以促进银行治理体系和治理能力的提升，建立完备科学的机构职能体系，实现职能部门之间的紧密协作，从而推进资产管理业务的持续稳健高质量发展，也是实现该领域战略发展的需要。

2. 加快互联网金融产品与服务创新

在科技的推动下，随着时间的推移，金融领域的客户对理财产品的需求也在不断变化，呈现出多样化和多层次的特征。因此，客户对建设银行业务和产品的研发提出了全新的要求。在当前信息化时代下“互联网+金融”模式愈发受到人们的追捧，客户也更偏好便捷性高的“互联网金融理财产品”，希望在短期内享受到高效服务。鉴于此，建设银行需要简化业务办理流程，对产品宣传方式与时俱进进行调整，提高客户接受度。为了增强各类金融服务的科技含量，商业银行需要投入大量人力和物质资源进行新产品、新技术的研发。同时，借助现代化的数据分析系统，不仅可以充分挖掘所需的客户信息，为客户提供更加个性化和人性化的服务，而且还可以为用户提供更加精准的广告投入和符合其消费水平的理财产品。同时根据当前多数用户风险接受程度，推出相应风险范围的理财产品，不仅仅能通过抓住主流偏好吸睛扩大知名度，还顾及了部分小众的用户，打造以客户为中心的品牌。基于“二八定律”，建设银行应当将高净值人群作为重点客户，为高端客户提供全方位的服务，大力推广私人银行金融服务，根据在服务过程中收到的信息和反馈意见，对现有的产品和服务进行调整，以持续提升产品质量和服务水平。

3. 健全完善风险防控体系

金融风险的成因较为复杂，有些问题是因为缺乏严格的内部控制造成的，有些问题是由外部客观因素引起的，还有些问题是内部可控的，有些则是外部不可控的。因此，建设银行应该注重内部风险控制，同时考虑外部监管因素，设计商业银行的风险防控体系。不能够盲目地从外部加强管制措施，而是要提高建设银行内部组织干预约束机制的效率，提高自我监控水平。对建设银行的内部组织控制也应该做到全方位的健全完善，具体细节包括建立系统科学的大型企业治理结构体系、设立独立完整的内部监察职能部门、明确业务职能部门的风险控制分工安排以及相互之间的制约关系、制定审慎的授信审批保障制度或分级授权制度、实行严格的会计控制基本制度、完善有效的内部结构督查与稽核制度以及合理的员工管理制度。互联网金融的发展，对网络安全带来了一定负面影响，因此，建设银行应制定严格的网络安全监管制度，采用完善的网络技术，加强对互联网安全运行的监管，提高互联网技术安全性，强化网络风险控制能力，降低互联网的不利因素对建设银行资产管理业务的风险。

4. 拓宽线上线下销售渠道

基于互联网金融大背景，建设银行要与时俱进结合互联网金融，完善线上电子渠道的建设，打造先进的消费平台扩大与其他银行的差异化。建设银行可以在客户管理部成立一个网络销售小组，因当下互联网背景，网络宣发不仅资金引入成本低而且普及程度高。同时销售团队可以借助一些线上活动来建立微信群并鼓励微信好友拉人进群以点带面，对重点用户进行筛选充分提取潜在客户，并进行定期问候，注重用户长期培养。再者，可以通过线下业务办理来推广微信公众号和建设银行 APP，但是要保证推文能够对接客户需求，或者将用户资产变动通知短信同公众号绑定。其次销售小组可以采用电话和短信开展线上销售，可以与客户之间开展一对一的信息交流和沟通。通过线上引流，进一步做好大数据系统构建，整合线下与实体网点，加大对线上销售渠道的支持力度，建立线上线下有机结合新模式。

5. 加强资产管理业务队伍的人才培育

随着建设银行资产托管业务规模的不断扩大，所需的专业资管人员也在不断增长，想要补足资管人员的空缺，首先可以利用互联网的便利在全国范围内选取一流人才培育为管理层，不断加强对管理层的培训工作，让其掌握监管规则，熟悉各类理财产品和托管业务，从而帮助基层员工更好地掌握工作内容和服务客户。其次要对员工进行定期培训，更新新的知识体系，此外，要把在岗培训和脱岗培训结合起来，依照不同的需求选用不同的培训内容。接着构建科学的薪酬管理体系和激励制度，在薪酬体系上，根据实际产品线的差异设置市场化的薪酬体系，动态化的调整能让业绩高的员工享有更好的待遇，也从一定程度上提高了员工积极性；在激励体系上，内部推动考核主体部分从团队到个人，慢慢确立起专业资管团队的绩效文化形态和考核体系。

VI. 结论

互联网金融随着科技不断发展壮大，对商业银行造成的影响也越来越深，本文着重分析研究建设银行的资产管理业务在互联网金融背景下的发展情况，并得出以下结论：

建设银行资产管理业务是在传统业务基础上发展的新型业务，其发展态势整体上呈上升趋势，但互联网金融的壮大不可避免地对理财业务产生了一定的冲击。尽管建设银行发布了一系列新型理财产

品来应对资管收入的减少，可其理财产品募集的资金大部分流向线下债券、货币、信贷等高流动性低收益的市场当中，可见理财产品同质化和销售渠道分立的问题依然是很大的隐患；资产托管业务规模和收入都在稳步提升，其背后存在的风险问题和专业人员短缺的问题也亟待改善。

根据建设银行 2017 年至 2021 年的数据分析资产管理业务现状可知：建设银行存在资产管理组织建设不健全、理财产品同质化严重，自主创新能力较弱、风险防控体系不完善、销售渠道不畅通以及资产管理专业人才的匮乏等问题。

面对资产管理业务存在的一些问题，建设银行也应及时作出改变，调整自身发展方向，顺应互联网金融背景下的经济潮流。因此给出以下对策建议：优化组织架构，建立矩阵型组织架构，建立完整的奖惩机制；加大对产品创新的投入力度，同时利用互联网的优势打造便捷性服务，提高服务水平；加强内部风险控制，建立严格的网络安全监管体系，加强员工风险防范意识；拓宽销售渠道，结合互联网金融扩大消费平台，打响网络上金融产品知名度；加强对管理层的培育工作，进而更好地帮助基层员工完成任务和服务客户，构建科学的薪酬体系和激励制度，提高待遇。

本文的不足之处在于，对互联网金融的了解较为浅显，对前人研究结论的理解也不够深刻，以上问题将会在以后的研究中进一步完善和深化。

参考文献

- Panos Xidonas,Christis Hassapis,et al.Multiobjective portfolio optimization:bridging mathematical theory with asset management practice[J].Annals of Operations Research,2018,67(1):85-606.
- Deniz Erdemlioglu,Robert Joliet.Longterm asset allocation,risk tolerance and market sentiment[J].Journal of International Financial Markets,Institutions and Money,2019,62:1-19.
- Suresh Kadam,Madhvi Sethi.Cross Section Analysis of the KBW Nasdaq Financial Technology Index[J]. International Journal of Financial Research,2021,11(5).
- Anh-Tuan Doan,Kun-Li Lin,ShuhChyiDoong.What drives bank efficiency The interaction of bank income diversification and ownership[J].International Review of Economics and Finance,2017.
- HughesRJ.Personal Finance[J].Business&Economics,2018(3):11-15.
- Chen Z,Li K,He.LY.Has internet finance decreased the profitability of commercial banks?:evidence from China[J].Emering Markets Finance and Trade,2019:1-18.
- Jichang Dong,Lijun Yin,Liu Lei.Impact of Internet Finance on the Performance of Commerical Banks in China[J].International Review of Financial Analysis,2020.
- 李 鋈 . 浅析金融理财未来的发展及创新 [J]. 知识经济 ,2017(10):14-15.
- 孔庆龙 . 资管新规下私人银行业的使命与转型提升 [J]. 清华金融评论 ,2018(04):34-37.
- 卜振兴 . 行业变革下理财子公司的机遇和挑战 [J]. 西南金融 ,2020(04):44-54.
- 何茜茜 . 理财业务监管新政与商业银行应对措施分析 [J]. 经贸实践 ,2018(23):123-125.
- 蔡浩生 . 商业银行网上银行金融服务的营销措施研究 [J]. 中国商论 ,2020,(22):38-39.
- 吴丹红 , 赵秉彦 . 互联网金融背景下银行的盈利能力分析 —— 以中国工商银行为例 [J]. 中国商论 ,2022,(23):116-118.
- 杨伟健 , 杨涵 . 互联网金融发展对中国商业银行的影响及对策分析 [J]. 产业科技创新 ,2022,4(06):1-3.
- 文娟 . 监管新政下商业银行资产管理业务转型及内部审计策略研究 [J]. 财务管理研究 ,2023(02):149-154.
- 黄一灵 . 建议制定资产管理业务暂行条例 [N]. 中国证券报 ,2023-03-05(A02).