



学校编码: 10384

学 号: 17920091150689

分类号 \_\_\_\_\_ 密级 \_\_\_\_\_

UDC \_\_\_\_\_

# 厦 门 大 学

## 硕 士 学 位 论 文

### 兴业银行个人理财竞争策略研究 ——以莆田分行为例

### Analyse of Competitive Strategy Tactic of Personal Financial Services for Putian Branch of Industrial Bank

黄 琳

指导教师姓名: 陈 闯      副教授

专 业 名 称: 工商管理 (MBA)

论文提交时间: 2013 年    10 月

论文答辩日期: 2013 年        月

学位授予日期:        年        月

答辩委员会主席 \_\_\_\_\_

评 阅 人 \_\_\_\_\_

2013 年 12 月

兴业银行个人理财竞争策略研究——以莆田分行为例

黄琳

指导教师: 陈闯 副教授

厦门大学

厦门大学博硕士学位论文摘要库

# 厦门大学学位论文原创性声明

本人呈交的学位论文是本人在导师指导下,独立完成的研究成果。本人在论文写作中参考其他个人或集体已经发表的研究成果,均在文中以适当方式明确标明,并符合法律规范和《厦门大学研究生学术活动规范(试行)》。

另外,该学位论文为( )课题(组)的研究成果,获得( )课题(组)经费或实验室的资助,在( )实验室完成。(请在以上括号内填写课题或课题组负责人或实验室名称,未有此项声明内容的,可以不作特别声明。)

声明人(签名):

年 月 日

厦门大学博硕士学位论文摘要库

# 厦门大学学位论文著作权使用声明

本人同意厦门大学根据《中华人民共和国学位条例暂行实施办法》等规定保留和使用此学位论文，并向主管部门或其指定机构送交学位论文（包括纸质版和电子版），允许学位论文进入厦门大学图书馆及其数据库被查阅、借阅。本人同意厦门大学将学位论文加入全国博士、硕士学位论文共建单位数据库进行检索，将学位论文的标题和摘要汇编出版，采用影印、缩印或者其它方式合理复制学位论文。

本学位论文属于：

- (        ) 1. 经厦门大学保密委员会审查核定的保密学位论文，  
于     年     月     日解密，解密后适用上述授权。
- (        ) 2. 不保密，适用上述授权。

（请在以上相应括号内打“√”或填上相应内容。保密学位论文应是已经厦门大学保密委员会审定过的学位论文，未经厦门大学保密委员会审定的学位论文均为公开学位论文。此声明栏不填写的，默认为公开学位论文，均适用上述授权。）

声明人（签名）：

年    月    日

厦门大学博硕士学位论文摘要库

## 中文摘要

理财产品凭借市场容量大、风险低、业务范围广、经营收入稳定的特点，已经成为外国大型商业银行的主导产品和重要的收益来源及利润增长点。随着近些年来批发业务发展减缓和外资银行的步伐逼近，各商业银行迫于形势先后推出形式多样的理财服务和专有品牌。因此，理财业务已经成为我国目前银行业的一个热点，积极研究理财产品的营销策略及渠道建设对于银行和客户都有重要的意义。

基于目前股份制商业银行理财产品的营销渠道、营销方式存在较为雷同的情况，本文通过对莆田地区商业银行个人理财市场参与者的网点数量、理财销量、网点点均理财销量等方面的比对分析，结合竞争战略群组分析方法，进一步明确莆田地区商业银行个人理财市场的竞争格局。有助于股份制商业银行在该业务方面的实践及发展；同时对商业银行有效的进行个人理财产品的开发与营销具有一定的参考和借鉴价值，促进我国商业银行个人理财产品的发展与完善，提高国内商业银行在理财产品上的市场竞争力。

对目前我国股份制商业银行理财产品营销策略的现状进行系统性的研究，并就其目前存在的问题及成因、面临的新形势及新的监管要求，并对国内外商业银行个人理财产品营销进行分析和借鉴，同时结合运用 SWOT 分析方法，以笔者所在的股份制商业银行为例解析股份制商业银行如何进行营销战略构建。最后，基于以上分析的基础，为兴业银行莆田分行及地区同类股份制商业银行制定与开展个人理财产品营销策略，从产品和服务、营销渠道、定价及促销等方面，提出有针对性的优化建议。

**关键词：个人理财；营销策略；竞争策略；兴业银行。**

厦门大学博硕士学位论文摘要库



## Abstract

Financial products with the characteristics of the market capacity, low risk, business scope, business income is stable, has become the dominant products of foreign commercial banks and an important source of revenue and profit growth point. In recent years, along with the approximation of the wholesale business of foreign banks and the pace is slowing, the commercial banks under the situation will fall over each other to launch a variety of financial services and proprietary brands. Therefore, finance has become a focus of our banking industry at the present, the positive study of financial product marketing strategy and channel construction is of great importance for banks and clients.

At present, the joint-stock commercial bank financial products marketing channels, marketing methods are relatively similar situation based on the analysis and comparison, all financial aspects, the number of sales outlets for personal financial market participants to the Putian commercial bank financial sales, dot, integrated with the strategy group analysis method, to further clarify the personal financial market of commercial banks in Putian regional competition. Contribute to the joint-stock commercial banks in the aspects of business practice and development; at the same time, the development and marketing of commercial banks to effectively carry out personal financial product has certain reference and reference value, promote the development and perfection of the personal financial products of commercial banks in China, improve the market competitiveness of domestic commercial banks in financial products.

Systematic research on the current situation of China's joint-stock commercial bank financial products marketing strategy, the new situation and the existing problems and causes, facing new requirements and supervision at home and abroad, and the analysis and reference for personal financial product marketing of commercial banks, combining with SWOT analysis method, the author the joint-stock commercial bank as an example analysis of joint-stock commercial banks how to construct marketing strategy. Finally, based on the above analysis foundation, was the Industrial Bank Putian branch and area of similar formulation and development of joint-stock commercial banks personal finance product marketing

strategy, from product and service, marketing channel, pricing and promotion and so on, put forward the optimization recommendations.

**Keyword: Personal finance mangaing, Marketing strategy,  
Compete strategy, Industrial Bank.**

厦门大学博硕士论文摘要库

<b>第 1 章 绪论</b> .....	1
1.1 选题背景与研究意义.....	1
1.2 本文涉及理论综述.....	1
1.3 论文研究内容及框架.....	6
<b>第 2 章 国内外个人理财业务的发展情况及趋势</b> .....	8
2.1 个人理财业务在国内的发展情况.....	8
2.2 国内个人理财业务的营销发展趋势.....	13
2.3 中外商业银行个人理财营销启示.....	16
<b>第 3 章 莆田地区商业银行个人理财市场及竞争态势分析</b> .....	21
3.1 莆田地区商业银行个人理财市场分析.....	21
3.2 莆田地区商业银行个人理财竞争战略群组分析 .....	26
<b>第 4 章 兴业银行莆田分行个人理财业务现状及优劣势</b> .....	29
4.1 兴业银行莆田分行个人理财业务现状分析 .....	29
4.2 兴业银行莆田分行个人理财业务竞争优劣势分析 .....	37
<b>第 5 章 兴业银行莆田分行个人理财业务竞争策略</b> .....	41
5.1 明确个人理财业务竞争策略.....	41
5.2 兴业银行莆田分行个人理财业务竞争策略 .....	44
<b>第 6 章 结论与展望</b> .....	48
6.1 结论.....	48
6.2 展望.....	48
<b>参考文献</b> .....	50
<b>致 谢</b> .....	52

厦门大学博硕士学位论文摘要库

## Catalogue

<b>1</b>	<b>Introduction .....</b>	<b>1</b>
1.1	Selection Backgroud.....	1
1.2	Theory Development.....	1
1.3	Thesis Research Content and Framework.....	6
<b>2</b>	<b>Domestic Personal Financial Business Definition .....</b>	<b>8</b>
2.1	Personal Financing Development in China.....	8
2.2	Set up its own Brand .....	13
2.3	Enlightenment of personal financing of commercial bank.....	16
<b>3</b>	<b>Chinese and foreign commercial banks personal financial marketing implications .....</b>	<b>21</b>
3.1	Putian personal financial market of commercial bank.....	21
3.2	Putian commercial banks personal financial competition strategy .....	26
<b>4</b>	<b>The analysis of Putian branch of Industrial Bank personal financing service and competitivestrength&amp;weak .....</b>	<b>29</b>
4.1	The analysis of Industrial Bank personal financing service .....	29
4.2	Putian branch competitive strength and weak analysis .....	37
<b>5</b>	<b>Personal Financial Business of Putian branch of Industrial Bank Competitive Strategy.....</b>	<b>41</b>
5.1	Make Competitive Strategies.....	41
5.2	Personal finance of the Industrial Bank Putian branch .....	44
<b>6</b>	<b>The Conclusion and Outlook .....</b>	<b>48</b>
6.1	Conclusion.....	48
6.2	Outlook.....	48
	<b>Referenced Literature.....</b>	<b>50</b>
	<b>Postscript.....</b>	<b>52</b>

厦门大学博硕士学位论文摘要库

## 图目录

图 1: 论文逻辑结构图.....	7
图 2: 2012 年莆田地区商业银行网点数量占比图 .....	22
图 3: 莆田地区商业银行 2012 年个人理财销量情况图.....	23
图 4: 莆田地区商业银行 2011 年网点理财单产情况图 .....	25
图 5: 莆田地区商业银行 2012 年网点理财单产情况图 .....	25
图 6: 莆田地区商业银行个人理财战略群组图 .....	26
图 7: 兴业银行外汇买卖及贵金属业务分类图.....	32
图 8: 兴业银行莆田分行零售理财管理人员设置图.....	33
图 9: 兴业银行莆田分行个人理财业务竞争策略选择 .....	43

厦门大学博硕士论文摘要库

厦门大学博硕士学位论文摘要库



Degree papers are in the "[Xiamen University Electronic Theses and Dissertations Database](#)". Full texts are available in the following ways:

1. If your library is a CALIS member libraries, please log on <http://etd.calis.edu.cn/> and submit requests online, or consult the interlibrary loan department in your library.
2. For users of non-CALIS member libraries, please mail to [etd@xmu.edu.cn](mailto:etd@xmu.edu.cn) for delivery details.

厦门大学博硕士论文摘要库