

分类号 F203.9/1179
UDC _____

密级 公开
编号 10741

兰州财经大学

LANZHOU UNIVERSITY OF FINANCE AND ECONOMICS

MBA 学位论文

论文题目 浦发银行兰州分行个人理财产品
竞争力提升策略研究

研究生姓名: 郑君

指导教师姓名、职称: 郭学军 副教授

学科、专业名称: 工商管理

研究方向: 营销管理

提交日期: 2024年5月31日

独创性声明

本人声明所呈交的论文是我个人在导师指导下进行的研究工作及取得的研究成果。尽我所知，除了文中特别加以标注和致谢的地方外，论文中不包含其他人已经发表或撰写过的研究成果。与我一同工作的同志对本研究所做的任何贡献均已在论文中作了明确的说明并表示了谢意。

学位论文作者签名： 郑君 签字日期： 2024年5月31日

导师签名： 郭学军 签字日期： 2024.5.31

关于论文使用授权的说明

本人完全了解学校关于保留、使用学位论文的各项规定， 同意（选择“同意”/“不同意”）以下事项：

1. 学校有权保留本论文的复印件和磁盘，允许论文被查阅和借阅，可以采用影印、缩印或扫描等复制手段保存、汇编学位论文；

2. 学校有权将本人的学位论文提交至清华大学“中国学术期刊（光盘版）电子杂志社”用于出版和编入 CNKI《中国知识资源总库》或其他同类数据库，传播本学位论文的全部或部分內容。

学位论文作者签名： 郑君 签字日期： 2024年5月31日

导师签名： 郭学军 签字日期： 2024.5.31

Research on the Competitiveness Promotion Strategy of Personal Finance Products of SPD Bank Lanzhou Branch

Candidate : Zheng Jun

Supervisor: Prof. Guo Xuejun

摘 要

随着经济快速发展,居民可支配收入越来越高,投资理财已逐渐成为一种主要的居民财富管理手段。然而,当前各家银行的个人理财产品大多呈现出较为单一的现象,不仅影响了投资人的选择,也影响其自身竞争力。在这种情况下,对我国个人理财产品竞争力进行评价,从中找到提高竞争力的方法,赢得更多竞争优势,已是各家银行亟待解决的问题。

本文以浦发银行兰州分行为研究对象,综合运用文献资料法和问卷调查等方法,运用熵权-TOPSIS 法建立评价浦发银行兰州分行个人理财产品竞争力的评价模型。通过本文可以得出以下几点结论:第一,我国个人理财产品符合当前市场需要。在我国经济环境逐步趋于平稳,投资者理财知识逐步增长情况下,居民的理财观念也在某种程度上发生变化,对个人理财产品的需求逐渐多样化。第二,浦发银行兰州分行的产品收益不高,风险较大,产品销售渠道单一,缺乏专业人才,银行综合实力还不够强。使用熵权-TOPSIS 法对浦发银行个人理财产品进行了竞争力评价,并且通过评价得出浦发银行兰州分行个人理财产品竞争力一般。因此,浦发银行兰州分行可以通过改善个人理财产品的收益,强化产品风险管理,扩大产品销售渠道,加强人才队伍建设,强化银行综合能力建设,以增强其自身的竞争力。希望通过本课题的研究,能够为浦发银行兰州分行准确把握自身市场位置,提高竞争力提供助力,并为相应研究提供一定的借鉴作用。

关键词: 个人理财产品; 竞争力评价; 浦发银行兰州分行; 熵权-TOPSIS 法

Abstract

With the rapid development of the economy and the increasing disposable income of residents, investment and wealth management have gradually become a major form of wealth for residents. The personal wealth management products of various banks mostly exhibit a relatively single phenomenon, which not only affects the choices of investors, capacity building of the bank to enhance its own competitiveness but also affects their own competitiveness. In this situation, evaluating the competitiveness of personal financial products in China is an urgent issue that needs to be addressed.

In this paper, the evaluation model of the evaluation of personal financial products of Shanghai Pudong Development Bank is established by using the method of Lanzhou Branch of Shanghai Pudong Development Bank and the method of questionnaire survey. Through this paper, the following conclusions can be drawn: First, China's personal finance products meet the current market needs. Under the condition that China's economic environment is gradually stabilizing and investors' knowledge of financial management is gradually increasing, residents' concept of financial management is also changed to some extent, and the demand for personal financial products is gradually diversified. Second, the product income of Lanzhou Branch of SPD Bank is not high, the risk is large, the product sales channel is single, the lack of professional talents, and the comprehensive strength of the bank is not strong enough. The competitiveness of personal finance products of SPD Bank was evaluated by the right-TOPSIS method, and the competitiveness of personal finance products of SPD Bank Lanzhou Branch was mediocre. Therefore, the Lanzhou Branch of SPD Bank can enhance its own competitiveness by improving the income of personal finance products, strengthening product risk management, expanding product sales channels, strengthening the construction of talent team, and strengthening the comprehensive capacity building of banks. It is hoped that through the research of this topic, it can provide help for SPD Bank Lanzhou Branch to

accurately grasp its own market position, improve its competitiveness, and provide a certain reference for the corresponding research.

Key words: personal financial products; competitiveness evaluation; Shanghai Pudong Development Bank Lanzhou Branch; entropy right-TOPSIS method

目 录

摘 要.....	I
Abstract.....	II
1 绪论.....	1
1.1 研究背景及意义.....	1
1.1.1 研究背景.....	1
1.1.2 研究意义.....	2
1.2 国内外文献综述.....	3
1.2.1 关于个人理财产品的研究.....	3
1.2.2 关于个人理财产品竞争力影响因素的研究.....	4
1.2.3 关于个人理财产品竞争力提升策略的研究.....	5
1.2.4 研究评述.....	6
1.3 研究内容及方法.....	7
1.3.1 研究内容.....	7
1.3.2 研究方法.....	9
1.4 研究创新点.....	9
2 相关概念及理论基础.....	11
2.1 相关概念.....	11
2.1.1 个人理财产品.....	11
2.1.2 个人理财产品竞争力.....	11
2.2 理论基础.....	12
2.2.1 生命周期理论.....	12
2.2.2 投资组合理论.....	13
3 浦发银行兰州分行个人理财产品现状.....	14
3.1 浦发银行兰州分行简介.....	14
3.2 浦发银行兰州分行个人理财业务发展情况.....	15

3.2.1 个人理财业务发展现状	15
3.2.2 个人理财业务团队构成	15
3.3 浦发银行兰州分行个人理财产品发展现状.....	16
3.3.1 个人理财产品类型	16
3.3.2 个人理财产品结构	18
3.3.3 个人理财产品收益情况	19
4 浦发银行兰州分行个人理财产品竞争力评价及分析.....	22
4.1 个人理财产品竞争力影响因素及指标体系构建	22
4.1.1 影响因素分析	22
4.1.2 指标体系构建	24
4.2 浦发银行兰州分行个人理财产品竞争力评价方法的确定	31
4.2.1 竞争力评价方法的比较	31
4.2.2 熵权-TOPSIS 法的适用性	32
4.2.3 熵权-TOPSIS 法的具体步骤	33
4.3 浦发银行兰州分行个人理财产品竞争力评价分析	36
4.3.1 数据来源.....	36
4.3.2 评价指标体系进行归一化处理	36
4.3.3 确定指标权重值.....	38
4.3.4 竞争力综合评价结果	40
4.4 浦发银行兰州分行个人理财产品竞争力一般的原因.....	41
4.4.1 产品收益率不高.....	41
4.4.2 产品风险相对较高.....	42
4.4.3 营销渠道较为单一	44
4.4.4 专业人才相对不足.....	45
4.4.5 品牌影响力有限.....	45
5 浦发银行兰州分行个人理财产品竞争力提升策略.....	47
5.1 竞争力提升策略.....	47
5.1.1 提高理财产品收益.....	47
5.1.2 加强产品风险管理.....	48

5.1.3 拓宽产品营销渠道.....	49
5.1.4 加强人才队伍建设.....	50
5.1.5 提升银行综合实力.....	51
5.2 实施保障.....	52
5.2.1 组织保障.....	52
5.2.2 技术保障.....	53
5.2.3 人才保障.....	53
6 结论与展望.....	55
6.1 研究结论.....	55
6.2 研究展望.....	55
参考文献.....	57
附录 1：个人理财产品指标调查问卷.....	61
附录 2：原始数据.....	63
致 谢.....	65

1 绪论

1.1 研究背景及意义

1.1.1 研究背景

最近几年，随着国内银行的快速发展，资产管理逐步进入了人们视野，商业银行理财产品已逐渐成为居民的主要理财工具。然而，理财业务在高速发展的同时，也暴露出诸如刚性兑付、多层嵌套、资金通道等一系列问题。为更好地防范理财风险，中国央行等多部门在 2018 年 4 月共同发布了《关于规范银行资产管理业务的指导意见》（《资管新规》），这一文件对银行理财管理业务提出了新的要求。《资管新规》规定，截至 2020 年年底，所有资管机构已全部整改完毕，但因整改难度大，整改产品数量多，加之新冠肺炎疫情影响，经监管部门的综合考虑，将资管新规整改期限延长至 2021 年末。在此过程中，出现了诸多转型比较彻底的银行，其产品形式丰富，投资方式更加多样化。随着理财子公司的不断成立，银行业面临的市场竞争日趋激烈，各商业银行受到强烈冲击。在资管新规实施后，银行理财产品将面对多家机构在相同监管下的激烈竞争，同时以公募基金为代表的资产管理业务迅速发展，也对其产生了较大的影响。

目前国内银行业的竞争压力十分巨大，浦发银行始终遵循着打造国际一流大银行的理念，积极的对经营模式进行优化，努力开发新的利润增长点，针对个人金融业务进行深入性的挖掘，其中比较有代表性的就是个人理财业务。2006 年，浦发银行发行了第一款理财产品，截止 2022 年底，发行自有理财产品 2000 余期，代销基金、证券、保险等机构产品 600 余种，截止目前，固定收益类产品均能按照约定收益正常兑付，代理类产品也在平稳运行，属市场上产品收益稳定、老百姓放心的口碑理财银行。2022 年，个人理财业务收入在浦发银行中间业务收入中所占比重超过了 30%。通过 20 多年的发展，个人理财业务在浦发银行业务体系中的地位得到了大幅的提升，成为了业务体系中的支柱性力量。

浦发银行兰州分行的总部设立于甘肃省兰州市，兰州市是我国西部地区重要的中心城市之一，丝绸之路经济带的核心节点城市。2022 年，兰州市 GDP 达到

了 2421.2 亿元，同比增长 4.05%，全市居民人均可支配收入 34930 元，同比增长 5.1%。该地区的经济发展更加侧重于农业及工业，金融业的发展水平与其他地区相比并无明显优势。所以，该市居民的金融素养相对有限，个人理财业务市场还需要进行深入性挖掘。对于该地区的银行业来讲，个人理财业务一方面是银行在市场竞争中获取优势的主要方法，另一方面也是银行所面临的主要挑战。

总体而言，本文针对浦发银行兰州分行的理财产品竞争力所开展的研究。不仅可以为浦发银行兰州分行个人理财产品竞争力的提升制定专项的措施，另一方面还可以为其他银行开展相关业务提供参考和借鉴。

1.1.2 研究意义

(1) 理论意义

一是在评价浦发银行兰州分行个人理财产品竞争力时，则创新使用熵权-TOPSIS 法，进一步拓宽了熵权-TOPSIS 法的适用领域；二是本文立足于生命周期理论和投资组合理论展开分析，不仅增进了相关研究的深度，还对浦发银行兰州分行具有实际指导意义，可以清楚认识到个人理财产品的优缺点，建立竞争力体系，为今后业务发展做好准备，同时也对我国商业银行研究做出一定贡献。

(2) 现实意义

对于浦发银行兰州分行，个人理财产品业务不仅是其核心业务构成，更是分行提升利润的增长点。个人理财产品业务领域对浦发银行兰州分行的总收入增长起着决定性的影响。以浦发银行兰州分行为实例，深入探究商业银行的个人理财产品，能为浦发银行兰州分行探索新的市场定位，明确未来的发展路径，这对扩大其市场份额具有深远影响。同时，对市场的深度分析也有助于提升个人理财产品的差异化竞争力，进一步增强其在竞争中的独特优势。

在全球经济一体化不断深化的大背景下，中国加入世贸组织后，个人理财产品市场迎来了前所未有的发展机遇。相比之下，个人理财产品的盈利潜力远超常规银行业务。如果浦发银行兰州分行能占据个人理财市场的可观份额，如五分之一，这将有望为其贡献高达五分之四的利润，显示出极高的商业价值。因此，为了把握这一机遇并提升市场地位，浦发银行兰州分行亟需强化对个人理财产品业务的投资和策略支持。这对于浦发银行兰州分行的健康发展具有一定的现实意义。

1.2 国内外文献综述

1.2.1 关于个人理财产品的研究

自上世纪九十年代起,国外学者对个人理财产品的探讨日益深入,构建了丰富的理论体系,包含了个人理财产品业务的多个维度和问题。S.Heffernan (1996年)在其开创性研究中,倡导运用投资组合理论,通过综合各类投资的收益预期,以加权平均的方式进行配置,这一理念不仅提升了投资回报,还有效降低了风险,奠定了其在个人理财投资理论应用领域的基石。Kausel (2018)则着重于个人理财产品的市场策略,强调产品营销的核心地位,主张银行在设计产品时应遵循市场导向,始终坚持“客户优先”的服务原则,视客户满意度和需求为发展的驱动力,以此推动理财业务的拓展。Ahmad (2020)进一步指出,银行在开展个人理财业务时,关键在于充分理解并满足客户需求。首先,通过有效的宣传推广,提升客户对银行产品的信任度,让客户确信投资银行的个人理财产品能带来资产增值。其次,银行需提供专业的咨询服务和定制化投资规划,协助客户制定合适的理财方案,消除他们对产品的疑虑和不安,同时建立稳定的客户沟通机制,确保长期的理财合作关系。这样的策略旨在强化客户与银行之间的互信,实现双赢局面。

许多学者对我国个人理财产品开发现状及发展过程中遇到的一些问题进行了探讨。卢宇荣和罗毅 (2017)指出,通过剖析我国个人理财产品的当前状况,银行在推进此类业务时需重视客户市场的差异化策略。产品同质化的问题,并指出由于对个人理财产品市场细分的不足,直接影响了个人理财业务的发展。石晓燕等人 (2019)的调查发现,尽管 2008-2017 年理财危机后,银行个人理财产品规模持续扩大,部分产品颇受投资者青睐,但也暴露出诸如产品相似度高、回报率下降及风险增加等问题,这些问题在大型商业银行中尤为突出,需要通过产品和管理创新来克服这些行业局限。。陶权和蔡瑶 (2022)则强调如何根据现代营销观念,建立一支专业化理财服务队伍,对促进我国理财事业的发展具有十分重要的意义。从国外发展情况看,我国个人理财产品之所以快速发展,是依靠市场需求为导向,进行了准确的市场划分。

1.2.2 关于个人理财产品竞争力影响因素的研究

Peppard (2000) 在其著名《Customer Relationship Management in Financial Services》中阐述了个人理财产品的概念, 将其定义为一种整合了电子商务、市场营销和银行业务前后台操作的全面客户导向型服务。Joseph (2005) 指出, 在向投资人提供个性化理财服务过程中, 要把重点放在顾客关系管理上, 建立并优化这一系统, 并推动理财产品和服务的创新。Terpstra (2014) 等学者提出, 投资者对银行的偏好与忠诚是影响其市场竞争力的重要因素, 他们大多提倡通过加强客户关系管理来提高忠诚度与满意度。Taniuchi, Mitsuru (2019) 等人认为, 银行理财服务的竞争力受到产品差别、地域特征、银行工作人员专业技能和顾客分级等因素的影响, 他们建议通过创新理财产品、提升员工专业技能以及依据客户需求定制理财产品等方式提高自己的竞争力。Zhang A, Wang S, Liu B 等人 (2022) 运用五力模型, 从供应商议价能力、新进入者威胁、买方议价能力、替代品潜在威胁和行业内竞争者等五个角度对商业银行的个人理财产品进行剖析, 得出结论: 由于国内市场的开放程度有限, 银行仍需加强并提升自身的竞争力。

我国目前对商业银行理财服务市场竞争力的研究, 大多采取综合评价方式。马玮与齐秀辉 (2017) 对 22 家国内商业银行近年来的发展历程、发展速度和创新能力开展考察, 运用因子分析方法进行全面的评价。研究发现, 在提高竞争力的过程中, 全国性和地方性银行要比其他商业银行的提升速度要快, 所以应从提高其自身的技术水平着手, 增强国际竞争力。

梁文侨 (2019) 选取 20 个农商行的理财数据, 构建基于此的综合评价系统, 评价上市农商行的综合能力, 同时为新常态下农村商业银行的发展提供参考。李晓华 (2023) 强调, 在数字化进程的推动下, 大数据技术正日益成为银行业务转型的关键驱动力。农商行应顺应这一趋势, 重构其业务模式, 强化基于数据洞察的理财服务, 旨在深化和扩大理财服务的触角。同时, 银行需精准对接地方农业特色和经济环境, 摒弃过时的商业思维, 整合内部资源, 寻求多元化的资金来源, 优化收入结构, 尤其是提升非利息收入的份额。此外, 创新理财产品设计, 实施个性化和差异化的市场策略, 这对于提高我国商业银行理财业务核心竞争力具有重要意义。

朱永利 (2018) 指出, 我国银行业在理财管理中存在严重的信息披露不足问

题,可能误导投资者的理财决策,倡导强化监管力度,改进产品设计与销售流程。张雅裙(2019)在深入探究个人理财产品的现有状况后,揭示了影响商业银行这一领域发展的多元因素,她提倡营造优良的外部环境,优化理财业务操作,并强化理财监督体系的构建。王戈(2020)则以 PEST 模型审视银行个人理财产品的竞争策略,指出不仅要关注内部环境的员工绩效评价、团队合作以及风险管理,还强调 CRM 系统的升级对于银行整体健康的重要性。并提出,银行应实施聚焦战略和差异化策略,在产品服务、市场促销和销售渠道的选取上,需要针对每一类客户及各种营销途径设计针对性的营销战略,保证银行的持续性竞争优势。曼蒂(2021)指出,目前国内商业银行在理财服务手段方面明显落后,缺少针对高端用户量身定做且具有针对性的理财产品。为此,提倡加强客户需求分析,依据客户的投入额度和风险承受能力差异来划分客户群体,并运用先进的科技工具提升理财业务的风险管理效能。赵爽(2022)指出了商业银行理财业务的不足,建议各大银行提高工作人员的业务素质,实行差别化服务,同时针对市场需要,对市场需求进行革新,以此更好地适应不同类型投资人的需要,改进现有的理财业务模式。彭园园(2023)则强调,个人理财产品的进步必须与国家经济政策相协调,紧跟经济发展潮流。通过对比国内外银行的业务状况,并提出通过跨行业销售,如将理财产品与基金、保险、黄金、信托等相结合,以增加银行的非利息收入。

1.2.3 关于个人理财产品竞争力提升策略的研究

在全球理财一体化的背景下,个人理财产品的创新进程日益活跃。近年来,国际学术界对这一领域的探究日益深化,特别是对个人理财产品创新和对市场影响进行了研究。美国迈克尔·波特(2009)在其著作《竞争论》中指出,为更好帮助投资者进行资产保值和增值,应该有针对性地为客户服务,并通过提供差别化业务,提升客户的满意度,增强其忠诚度,从而增强客户对该商业银行的青睐,提升其市场竞争力。Matteo Acquaro(2017)指出圣保罗银行在以客户需求为导向的数字化变革过程中,积极与各大银行和客户沟通,为其理财决定提供有价值建议,最终成为意大利资产绩效最好传统银行之一。

Bruce I. Carlin(2019)从战略定价角度探讨了理财产品策略定价对投资者

投资行为的影响，并在此基础上为提高我国商业银行的市场竞争力提供借鉴。Lyudmyla Malyarets 及其团队(2019)基于对乌克兰银行业现状的详尽数据分析，实证研究了银行竞争力的衡量标准。并建议构建一套多元化的评价体系，针对不同维度的指标来全面评价银行的竞争优势。而 Malder K 等(2020)强调，商业银行为了强化核心竞争力，应着重优化产品质量和定价策略，致力于提升客户满意度，通过提供高性价比的解决方案，稳固客户忠诚度，从而在激烈的行业竞争中提升其无形的业务实力，实现长期的稳健发展。

在中国知网上搜索“理财产品”和“竞争力”等相关主题，发现国内学术界对商业银行个人理财产品竞争力的研究相对匮乏。已有的研究有：史永进(2017)指出，利用互联网驱动的移动营销策略能有效助力银行识别并服务不同客户群体，从而促进理财产品的销售额增长。李娇娇(2019)建议，基于现有的银行理财产品构建多元化的投资组合，有助于投资者实现资产配置的最优化，降低投资风险，进而增强银行的市场吸引力。张红兵(2020)的调查揭示了中国商业银行个人理财业务的一些问题，如营销团队能力不足，营销手段和模式的滞后，产品设计往往忽视客户需求，以及理财产品间的高度同质化，风险管理机制不健全等。据此，他提议提升员工的专业门槛，革新营销策略，拓宽营销渠道，实施以客户为导向的产品差异化策略，打造独特的银行理财产品品牌，并加强风险管理能力。张贵华与石青辉(2021)强调，在为理财投资客户提供服务的过程中，银行应当灵活运用定制化策略，针对每位客户的独特需求设计多元化的理财产品，以此增强个人理财产品的市场竞争力以及差异化营销手段。李波(2022)则聚焦于个人理财产品市场的现状，提倡通过提升理财专业团队的专业素质，实施精准的市场划分，优化消费者理财观念，并强化风险管理机制，从而加速银行在个人理财产品业务的进步，整体提升银行业务水平。李高藏(2023)并结合建行朝阳支行的实践，说明互联网理财产品因其便捷、高回报等特点，给传统银行的理财产品带来了冲击。他主张，为了应对这种转变，商业银行必须积极转型，拥抱数字化，革新其营销策略，以适应新时代的理财服务需求。

1.2.4 研究评述

与我国商业银行的理财业务比较，西方商业银行在个人理财产品的发展要早

得多，理论讨论相对较多，且研究主题多样化，立足银行理财的未来发展趋势、客户特定需要，银行综合竞争力等，同时综合使用竞争力评价和风险管理等定性定量方法为投资者提供参考。与此相反，我国的商业银行在此方面的研究刚开始，且处在发展阶段，研究角度和重点也存在差异，较多侧重于银行的综合竞争力和风险管理，而在产品发展历程、产品竞争力分析、理财营销策略等领域，可供参考的学术资料相对有限，理论建设仍有待加强。此外，西方学者倾向于结合理论研究和定量分析，将研究成果应用于成熟的理财市场，为投资者提供实践指导，而国内学者则更多地依赖定性分析，定量分析方法的应用相对不足，且研究多集中于问题诊断，缺乏前瞻性引导和创新驱动。

1.3 研究内容及方法

1.3.1 研究内容

本研究首先对浦发银行兰州分行的个人理财业务市场竞争状况进行了剖析，在此基础上，建立浦发银行兰州分行的个人理财产品竞争力评价体系，对其进行竞争力评价，最终为浦发银行兰州分行制定了提高个人理财业务竞争力的战略和保证措施。全文共分为三部分：

第一章是引言，对论文的选题背景与意义进行了阐述，对国内外相关文献进行了述，阐述研究内容与方法，还对论文的创新之处进行了说明。

第二章是对基本内容和理论依据进行阐述。对个人理财产品与个人理财产品竞争力进行了剖析，结合生命周期理论和投资组合理论，为本文研究奠定了理论基础。

第三章是对浦发银行兰州分行个人理财产品竞争状况和存在问题进行了分析。首先介绍了浦发银行兰州分行现状，以及兰州分行个人理财产品发展情况，然后指出兰州分行个人理财产品竞争力存在的问题。

第四章对浦发银行兰州分行的个人理财业务进行了产品竞争力评价。在此基础上，运用熵权-TOPSIS 法，对浦发银行兰州分行个人理财产品竞争力进行了评价。

第五章是浦发银行兰州分行提高个人理财产品竞争力的方法探究。在上述研

究基础上，就如何提高理财产品收益、加强产品风险管理、扩大产品营销途径、加大人才的培训力度，增强银行的整体竞争力这五个方面提出提升对策。

第六部分为结论与展望。总结全文，指出不足和以后研究的方向。

本文技术路线如图 1.1 所示。

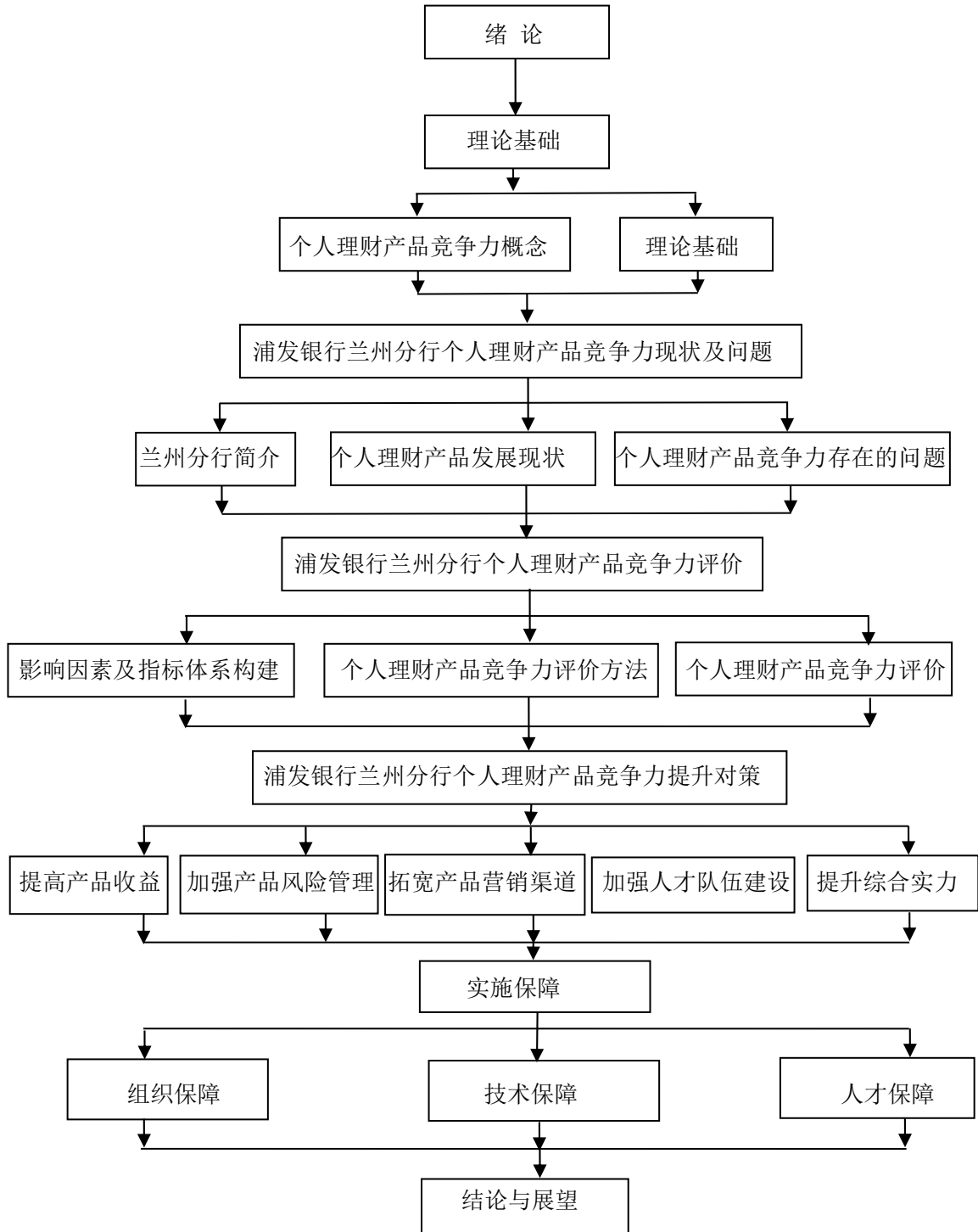


图 1.1 本文技术路线

1.3.2 研究方法

文献研究法。是对涉及论文研究所需的文献资料进行详尽的收集和排序，旨在通过已有理论来支撑和验证论文的论点。在此文中，采用文献研究法，对国内外有关个人理财产品演变和竞争力的研究进行重点检索和总结，对已有研究进行整理，从而建立可靠的理论分析框架。

层次分析法。将多目标决策问题划分为几个不同的目标层次，并在这些层面上对多目标决策问题进行定性与定量分析。在建立浦发银行兰州分行个人理财产品竞争力评价指标体系的基础上，采用数理建模和逻辑推理的方式，将其分为目标层、准则层和指标层，并采用层次分析法（AHP 法）进行加权运算，建立基于个人理财产品的竞争力评价模型，从而对其进行评价。

调查研究法。也就是通过实地考察或是调查问卷形式搜集相关数据，从而获得第一手数据。通过对浦发银行兰州分行个人理财业务的市场竞争状况的调研，为论文的研究打下了坚实的理论和现实依据。

熵权-TOPSIS 法。本研究采用了熵权法与 TOPSIS 法相结合的综合模型分析法。首先，通过熵权法确定浦发银行兰州分行的个人理财产品竞争力评价指标，并给出合理的权重分配。然后，采用 TOPSIS 法对该行的个人理财产品进行综合评价，从而对浦发银行兰州分行个人理财产品竞争力进行全面和客观地评价。

1.4 研究创新点

通过研读个人理财产品相关文献发现，个人理财产品现有的研究工作大部分都集中于定性分析，主要是针对理财产品的客户满意度开展分析，评价体系缺乏全面性和完善性。本文以前人研究为基础，针对评价指标体系进行建立和优化，对浦发银行兰州分行个人理财产品竞争力进行定量评价，通过这种方式让商业银行个人理财产品评价结构的合理性得到提升。本文创新点有以下两个方面：

第一，建立一个操作性较强的个人理财产品竞争力评价体系。通过层次分析法方法，建立了用于量化分析的评价指标。在此基础上，通过熵权法-TOPSIS 法得出各指标具体权重，以量化分析的方式保证了整个评价系统的科学性。

第二，本文以股份制商业银行浦发银行兰州分行作为研究对象，最终用于测

算个人理财产品竞争力水平的数据不仅来自于银行披露的相关数据,还来自实地调研搜集的客户相关评价意见,保证了广泛多渠道的数据来源,从而保证了评价结果的有效性。

2 相关概念及理论基础

2.1 相关概念

2.1.1 个人理财产品

理财指的是对财产实行监管。无论财产多寡，每个人都需要对合法拥有的资产进行合理地安排，这便是通常所说的理财。理财的重点不仅在于节约，更重要的是创造收入。随着理财观念的不断发展和理财工具的创新，它理财对个人财富积累及提升民众生活水平起着关键作用。

个人理财是对个人财富进行有效管理的过程，旨在优化个人对其合法资产的配置，以期提升生活质量。个人理财的目标是增加个人财富，以便于从根本上改善个人的经济状况。然而，理财也会伴随着风险，如市场波动、信用问题、流动性风险、操作失误、法规风险以及声誉损害等风险因素。

在商业银行中，个人理财产品的设计旨在全面满足各类客户的需求，以确保高水平的客户满意度，并向客户提供定制化的服务。从狭义的角度来看，个人理财产品包含专业的咨询与分析服务，以满足客户的具体理财需求。而从广义的视角出发，个人理财产品的范畴更为广泛，涵盖了银行为客户提供的多元化服务，如日常生活辅助、投资指导、融资规划等不同类型的综合服务。

2.1.2 个人理财产品竞争力

个人理财业务指的是商业银行基于对客户需求的深入了解，制定并提供财务规划方案，协助客户达成个性化理财目标的一种理财服务。竞争力则是在比较和竞争中展示出的相对优势，体现了个体在特定领域中的综合能力。从这一点来看，个人理财产品竞争力主要体现在所能提供的各种理财产品和服务，经过对比或在市场竞争中所表现出的整体能力，主要包括产品收益率、产品抗风险能力、银行管理能力以及综合能力。理财产品是商业银行业务运作前提，也是商业银行核心竞争力最直接、最具体的体现。如果能够研发出低成本、低风险、高质量且贴近

市场需要的理财产品，就可获得明显的竞争优势。所以，提高个人理财服务的竞争力，首要之策在于优化产品设计和技术应用，在市场中抢占制高点。

2.2 理论基础

2.2.1 生命周期理论

生命周期理论是以个体或家庭生活阶段的连续性为基础的全过程理论，涵盖了从出生、发育、衰老到死亡。对于个人理财产品，生命周期理论倡导个人根据自身的实际生活轨迹和家庭需求，设计个性化的财务规划策略。通过精准的消费和储蓄安排，旨在优化个人和家庭的经济状况，增强客户的财务实力，从而提升客户的消费能力和生活质量。

根据生命周期理论原理，在设计商业个人理财产品时，应该根据客户和家人的投资能力度身定做，特别是要将各个年龄层的收入情况、投资目标、消费能力和承担风险的能力通盘考虑，指定投资者最喜欢的理财方案。事实上，在进行个性化理财产品服务中，很多时候都可以运用生命周期理论为不同类型客户提供不同投资偏好。例如，针对年轻人群体，虽然充满活力，但可能因资金有限而偏向于选择如基金或股票这样的高风险高收益产品，以满足他们的冒险精神。而对于中年人群，通常寻求稳定，因此银行会推出兼顾收益与风险控制的多元化理财产品，以满足他们的理财需求。而对于年长者，倾向于保守投资，因此银行会倾向于提供低风险的理财产品，以保护他们的财富安全。

表 2.1 不同生命周期阶段理财需求

生命周期	收入	储蓄能力	风险承受能力	风险程度、产品期限	对应产品
青年	较少	弱	强	高风险、短期	基金、股票
中年	多	强	较强	适中风险、中长期	股票、债券、非保本理财
老年	少	较弱	弱	低风险、中长期	定期、债券、保本理财

2.2.2 投资组合理论

投资组合的本质在于灵活运用多元化策略，不将全部资金投入一种理财工具，即“切勿把全部鸡蛋都放在一个篮子里”。这个理念在投资实践中至关重要，它鼓励投资者要尝试多样化的投资路径，旨在最大化潜在回报，并通过分散投资策略来有效降低风险。投资组合的核心理念在于通过资产配置多样性来抵御风险。通过调整不同证券类型的权重，不仅能够提升预期收益率，还能有力地管控风险。从狭义角度看，投资组合是对各类有价证券持有量的精心设计，旨在找到收益与风险的最佳平衡点。而从更广泛的视角来看，投资组合涉及对资产和负债结构的全面考虑和决策过程。在商业银行个人理财服务中，目标是帮助客户在确保风险可控的前提下获取可观收益。然而，重要的是要明白，当投资组合包含众多高风险资产时，单个资产的波动性可能不再起决定性作用。通过扩展投资组合的多样性，非系统性风险能够得以有效分散和消除，但是对于系统性风险就不会有太大影响。

3 浦发银行兰州分行个人理财产品现状

3.1 浦发银行兰州分行简介

上海浦东发展银行于 1992 年 8 月 28 日开工建设，1993 年 1 月 9 日落成开业，并在 1999 年在沪市成功上市，总部则位于上海，是一家全国性商业银行，现在的注册资本额已经高达 293.52 亿元。浦发银行在世界各地的分支机构有 42 个，分支机构将近 1700 个。浦发银行在全国各省设有分支机构，并已在香港，新加坡及伦敦设有分支机构。目前，浦发银行的员工总数超过 6 万人，已构建起了一个涵盖全国并延伸至国际的商业银行运营服务网络。

作为总行直属的一级分行，浦发银行兰州分行成立于 2008 年 8 月，公司业务遍及甘肃省兰州、酒泉和敦煌，现有分支机构 30 个。从创建之日起，兰州分行始终与总行的发展策略保持同步，致力于推动当地经济发展和理财创新，不断提高对客户的经营和服务质量。近年来，浦发银行兰州分行屡获殊荣，荣获“省级财政奖”、“甘肃优秀银行”和“扶持我省经济建设先进单位”等多个奖项。浦发银行兰州分行从创建至今，本着“以人为本”的经营思想，注重员工队伍的培育与构建。浦发银行兰州分行的机构架构见下表 3.1。

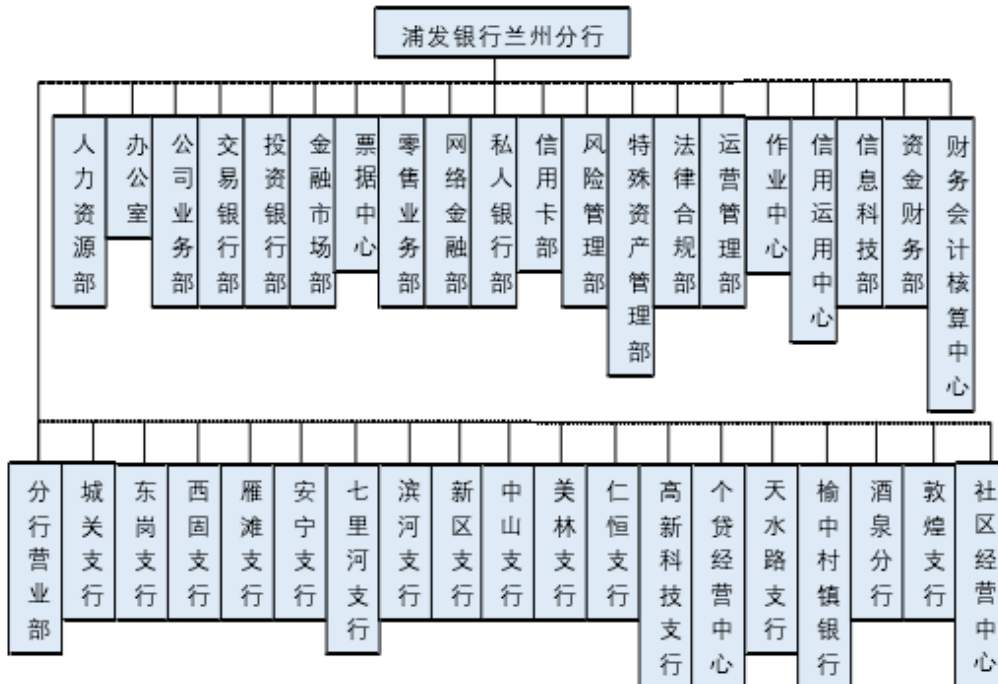


图 3.1 兰州分行组织架构

3.2 浦发银行兰州分行个人理财业务发展情况

3.2.1 个人理财业务发展现状

浦发银行个人理财业务的发展历程可以分为四个不同的阶段，从时间段上来讲：第一阶段为 20 世纪 90 年代末到 2003 年，被称之为萌芽阶段；第二阶段为 2004 年到 2008 年，被称之为起航阶段；第三阶段为 2008 年到 2010 年，被称之为成长阶段；第四阶段是 2010 年至今，被称之为转型阶段。

浦发银行兰州分行于 2010 年开始于浦发银行合作发行理财产品，并开始独立经营个人理财产品。浦发银行兰州分行 2010 年-2022 年个人理财业务收入情况如图 3.2 所示。2019 年，浦发银行兰州分行针对理财产品结构进行优化，对于保本理财产品进行削弱，对非保本理财产品进行适度控制，理财业务的整体规模出现了下滑。

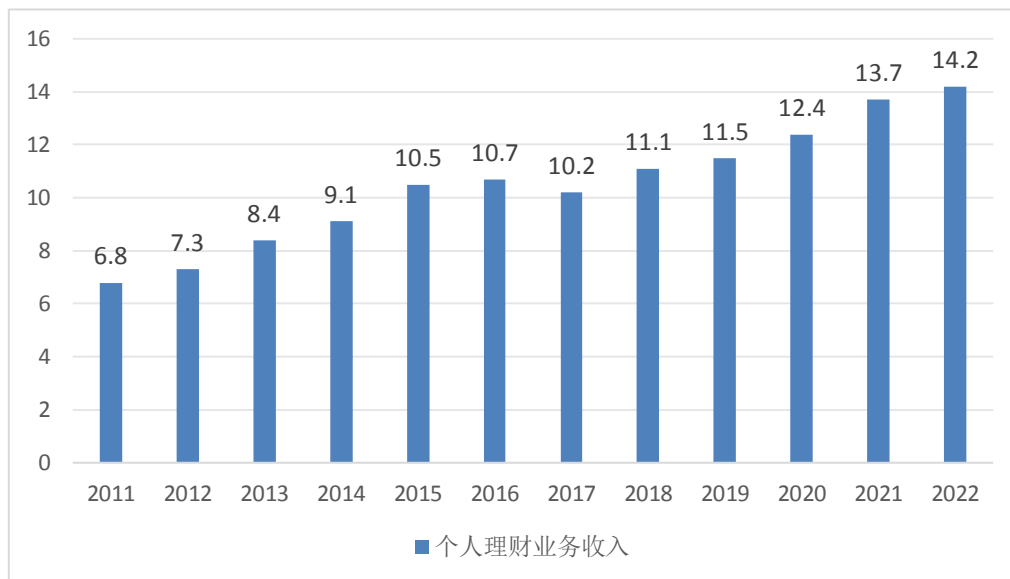


图 3.2 浦发银行兰州分行 2011-2022 年个人理财业务收入 (亿元)

数据来源：浦发银行兰州分行官网数据整理

3.2.2 个人理财业务团队构成

个人理财业务，指的是商业银行通过自身的资源优势、先进的技术设备和营销理念，在提供专业化理财服务的前提下，接受客户的委托，通过为客户提供咨询等服务，让客户资产获得增值的综合性业务。浦发银行兰州分行个人理财业务

通过多年的经营发展，建立了一支高效、完善的队伍。浦发银行兰州分行个人理财业务团队共计设立了八个不同的岗位。每个岗位人员都拥有相应的资质，针对客户的具体需求提供专业化的服务。详细情况如表 3.1 所示。

表 3.1 浦发银行兰州分行个人理财业务团队构成

岗位	工作内容	能力与资质
网点负责人	主要工作是对支行人员、经营业绩等工作进行管理	组织协调能力和全局观比较突出，综合管理能力比较强
营运主管	对支行柜面运营工作进行管理，重点对柜面交易服务、内部运营等工作进行管理	业务综合能力和管理协调能力比较突出
营销主管	负责营销工作，对重要客户拓展等工作进行管理	具有较强的营销服务组织协调能力和整体服务意识
客户经理	主要负责客户拓展等工作	具有一定市场营销与业务拓展能力，沟通以及服务能力比较强
产品销售经理	主要负责柜面产品营销服务、客户维护以及非现金业务处理等工作	具有一定柜面业务拓展能力，沟通和客户服务能力比较强
大堂经理	重点对营业大厅秩序进行管理、对客户进行引导、对业务进行分流等	其客户服务以及沟通能力比较强，具备一定营销能力
高级柜员	处理各种复杂性比较高、难度比较大的业务、对内部重要运营事务进行管理	柜面风险防范意识比较强，对业务操作流程比较熟悉，可以对复杂业务进行处理
柜员	重点对客户现金业务与内部运营等工作进行管理	具有一定柜面处理能力与沟通能力，对柜面常规性业务处理流程比较熟悉

3.3 浦发银行兰州分行个人理财产品发展现状

3.3.1 个人理财产品类型

浦发银行兰州分行自初创之际便专注于公司业务，尤其在 2010 年前，兰州分行 90% 以上的营业收入来源于公司业务。然而，伴随着社会经济的演进和市场

竞争的日趋激烈，传统的业务模式已无法满足浦发银行兰州分行追求高质量发展的需求。因此，浦发银行兰州分行应积极应变，顺应市场变迁，果断地转向零售业务的创新路径。如今，浦发银行兰州分行已构建起一套成熟的个人理财体系。从 2018 年起，零售业务一跃成为兰州分行内公司业务、零售业务以及理财市场业务中最大的收入来源，相关产品如表 3.1 所示。

表 3.1 浦发银行个人理财产品分类表

一级分类	产品类型	特点
现金及货币类	活期存款 通知存款 一年期及以下的定期存款 三方保证金 天添盈、浦发宝、活期宝、货币基金	1.流动性强；2.安全性高；3.收益空间小。过少配置，无法满足日常开支和临时周转；过多配置，降低资产的收益率
固定收益类	步步高升 零存整取 一年期以上定存、大额存单、纪念日存单 稳健型理财、结构性存款 国债	1.收益空间有限；2.流动性适中；3.安全性好。过少配置，无法有效降低资产的风险；过多配置，降低资产的收益率，增长缓慢
股票权益类	债券型基金 股票型基金 混合型基金 指数型基金	1.收益空间大；2.流动性适中；3.风险较高。过少配置，无法提升资产的收益空间；过多配置，资产的风险可能会超出承受范围。
另类及其他	商品交易 外汇交易 贵金属交易 私募股权投资 QDII 基金	1.满足个性化需求；2.风险较高；3.获利空间大。过少配置，无法有效分散资本市场的系统风险；过多配置，风险水平会超过可承受的范围
保险类	定期寿险、终身寿险 两全险 养老年金	1.安全性高；2.规划周期长；3.计划性和目的性强；4.有一定的法律关系。过少配置，无法有效地覆盖健

	子女教育年金 意外险 重大疾病保险	康、意外、教育、养老等风险缺口，难以规避税务债务、资产传承等问题；过多配置，降低资产的流动性和收益性
--	-------------------------	--

3.3.2 个人理财产品结构

浦发银行兰州分行的个人专项理财和个人结构性理财包括两大类：

(1) 个人结构性理财产品

该理财产品是个人将其基础资产投资于理财债、短融、银行票据、中期票据、国债、中短期信贷等，主动进行管理，通过管理获取较高投资回报和较低风险。这种结构简单的理财产品，通过定制个性化产品，大多将收益与汇率、利率、股票等挂钩，帮助客户获得更高的投资收益需求。浦发银行兰州分行在表 3.2 中列出了个人结构性理财产品。

表 3.2 浦发银行兰州分行个人结构性理财产品概况

产品类型	产品描述
汇理财稳利	汇理财系列产品均属于保本且保收益型，产品认购起点 5 万元起，认购金额以 1000 人民币递增。该产品按投资期限划分有 35 天、3 个月、6 个月、1 年等；从投资币种来看，有人民币、美元和澳元三种供选择。人民币 3 个月至 1 年期限，预期年收益分别从 3.5% 至 5.05%；美元 3 个月期
汇理财稳利	预期年收益 3.4%；澳元 3 个月期，预期年收益 5.4%。产品主要投资方向包括债券回购、国内银行间债券市场、信用产品等低风险产品。
汇理财进取	汇理财进取系列产品的挂钩对较为丰富，可以与海内外股票、基金、指数、利率、汇率、商品等多种对象挂钩，使客户的多维理财需求得到满足；有明透的投资信息：规范而及时的对理财产品进行信息披露，高透明度；可质押产品，提供资金融通渠道。汇理财进取，只能在网点柜面办理。属于保本浮动类收益型产品。

(2) 个人专项盈系列人民币理财

专项盈系列产品通过与客户预先就投资方式和计划达成协议，并根据协议，根据所交付的产品本金进行相关投资管理，之后根据协议条件和实际投资回报将利润付给顾客。主要理财产品有：同享盈（添利）、同享盈 Q 点理财计划、尊享盈、天添盈 1 号、随心享盈 14 天理财计划等。

(3) 个人净值类理财产品

浦发银行为个人投资者推出的一种基于“盈”系列产品，也是不预先设定收益，而根据开放日净值操作以及产品当期运作状况进行买卖或赎回的一种非保本、浮动收益产品。

表 3.3 浦发银行兰州银行个人净值类理财产品简介

产品类型	产品描述
睿盈利之多元回报理财计划	多元化理财产品，其投资范围广泛，主要包括债券、现金等稳定的收益来源，以及固定收益类资产，其在理财组合中的配置比例为 0-20%。这些资产以货币市场产品为主，包括现金存款、货币基金、回购交易及银行间存款等流动性较强的短期理财产品
睿盈利之量化对冲理财计划	带有权益特征的投资组合，其用途并不局限于债券或现金，还包括结构性证券和期货优先份额，这些可通过直接投资或通过特定资产管理计划间接参与。此外，还可能借助外部投资顾问的量化和对冲策略，以实现更为精细的风险管理。这部分资产在理财计划中的占比可达 0-70%。
星辰系列之全球精选理财计划	该系列投资占理财计划资产比例为 0-20%，投资范围不仅限于债券和现金，还包括结构性证券和期货优先份额，这些可通过直接投资或通过特定资产管理计划间接参与。此外，还可能借助外部投资顾问的量化和对冲策略，以实现更为精细的风险管理。这部分资产在理财计划中的占比可达 0-70%。

3.3.3 个人理财产品收益情况

不同于常规消费品，对于个人理财产品的衡量标准则是依据投资收益情况。

依托于高效的数据采集、处理以及挖掘能力，本研究采纳了普益标准提供的数据和排名来评价理财产品的收益性能，以此揭示同类商业银行理财产品在市场上的收益情况。也可以了解浦发银行兰州分行个人理财产品在投资者心中的价位定位。

普益标准秉持“让中国的资管市场更有效”的愿景，立足于信息在有效市场中的核心价值——真实、精确且实时需求，专注于构建资产管理市场的基石数据信息，通过系统的梳理、标准化的展示与专业的洞察，聚焦银行的业务提升路径，特别关注其发行实力、盈利能力、创新产品开发、运营能力以及信息披露合规性五个关键指标。在产品评级体系中，仅考量净值型理财产品的表现，排除预期收益型产品在评价中的影响。这里主要针对全国性的理财机构，暂不将城市商业银行系理财和农村银行系理财的理财纳入同类对比范围。

截至 2023 年第四季度，银行理财能力排名指标体系中，侧重于分析四种类型的理财产品：现金管理、固定收益、混合以及股权相关（理财衍生品不在本次考量范围内）。对于现金管理与固定收益类别，关注点在于其绝对回报收益，具体表现为七日年化收益率及近期收益表现。而对于混合型和股权型产品，更重视在风险控制后的收益体现。另外，根据普益标准开发的产品评级系统也扮演了重要角色，将理财机构的星级产品数量一并纳入收益能力评分的考量之中。全国性银行个人理财产品收益能力具体情况如表 3.4。

表 3.4 全国性银行个人理财产品收益能力情况

排名	银行名称	收益能力得分	排名	银行名称	收益能力得分
1	渤海银行	20.30	10	农业银行	18.68
2	中国银行	20.27	11	工商银行	18.68
3	光大银行	20.17	12	民生银行	18.55
4	兴业银行	20.16	13	招商银行	18.50
5	中信银行	19.93	14	建设银行	18.00
6	平安银行	19.87	15	交通银行	17.77
7	华夏银行	19.34	16	浦发银行	17.58
8	中国邮政	18.85	17	浙商银行	17.42
9	渤海银行	18.78	18	恒丰银行	17.25

数据来源：普益标准官网

最近发布的银行理财收益排行榜显示，浦发银行个人理财产品表现略逊一筹，这反映出浦发银行个人理财产品的收益率在市场上相对较低。随着个人理财产品的净值化改革深入，投资收益的透明度显著提升，投资者的感受也随之增强。银行应当强化对产品的风险管控，致力于减小净值的波动性，既要保证收益的稳定性，又要寻求更高的回报，以此来提升其个人理财产品的市场竞争力。

4 浦发银行兰州分行个人理财产品竞争力评价及分析

4.1 个人理财产品竞争力影响因素及指标体系构建

4.1.1 影响因素分析

浦发银行兰州分行个人理财产品产品竞争力的主要原因是：产品收益、产品风险、产品营销、产品管理以及银行自身实力等。

(1) 产品收益

根据其收入计量，其组成可以分为五大类：

年化收益率。即每年的回报率，是构成个人理财产品收益率的一个主要衡量标准，可以估算，也可以具体计算。估算方法主要有两种：一是对已有理财产品收益率进行归纳，并对未来理财产品收益率进行预测；二是以月收益率*12个月为基础的计算方法。实务中，一般采用后者的核算方法。

预计到期收益率。个人理财产品到期收益率的预估值或者期望值，是吸引人们去购买个人理财产品的重要衡量标准。一般根据个人理财产品的结构特点和市场表现估计，然后用加权平均值来表达。

产品过往的收益。个人理财产品过去收益状况，用来体现其收入稳定性和可靠性，根据过去的业绩预测未来可能获得的收入。

本金的保证。购买个人理财产品后，其本金是否有保障，是否会因风险而遭受损失。浦发银行兰州分行的个人理财产品根据其种类不同，本金安全性也不尽相同。保证收益的理财产品风险性低，但回报较少；非确保收益型不能保证本金，但回报更高。

产品投向。银行把投资者资金集中到投资方向上进行产品投资。投资方向各不相同，安全性和回报也各不相同，但产品投向总是与高风险、高回报、低风险、低收益相匹配。

(2) 产品风险

产品风险主要包括五个方面：

利率风险。在购买个人理财产品中，投资者所面临的^{最大}风险是利率波动。最近几年，我国各大银行纷纷推出了与利率直接相关的理财产品，说明利率风险是不可忽视的风险，特别是在利率波动较大时，这一利率风险就成为了关键影响因素。

汇率风险。即由于汇率变化，所导致的投资风险。这一点主要针对非人民币的个人理财产品，比如投资者在购买 QDII 基金时，将利率风险作为重要考量。

信用风险。即由于银行自身原因或者在投资过程中出现无法控制的违约行为，从而导致信贷危机。个人理财产品的信用风险是影响市场竞争力的重要因素，通常可借助过去几年的业绩来衡量。

流动性风险。即由于资产流动方面的不确定性，银行面临的风险。浦发银行兰州分行个人理财产品的流动性风险总体上以实物下降的形式体现出来。

操作风险。即在购买个人理财产品时，因员工过失、电气设备失效或因法律变更或修改所导致的风险。

（3）产品营销

依据营销学的基本原理，论文从四方面衡量银行个人理财产品营销能力：

产品市场占有率。即个人理财产品的市场占有率，是衡量其营销业绩的一个主要标志，同时也反映个人理财产品的竞争力。一般来说，具有较高市场竞争力的产品，具有较高市场份额。

产品知名度。即投资者对个人理财产品的了解与认同程度，也反映其受投资者青睐的程度。一般来说，产品知名度愈高，在市场上就愈有竞争力。

产品营销渠道。即在个人理财产品销售流程中，可采用线下营销方式，比如银行网点营销，还可通过线上营销，如借助官方网站、微信公众号、银行 APP 等，拓展市场覆盖范围。

营销团队及其业绩。即针对商业银行开展个人理财产品销售的组织团队和绩效。浦发银行兰州分行在建立专业银行销售队伍同时，也非常重视员工队伍培养和销售能力提高。营销团队绩效是指个人理财产品团队的总体绩效，通常使用实际数据来体现，越是优秀的队伍，个人理财产品的市场推广能力和运营能力就会越好。

（4）产品管理

笔者认为，在个人理财产品的经营流程中，应该包含如下内容：

领导者的综合能力。即在个人理财产品的经营进程中，领导者具备的综合素质如何。领导综合能力越突出，其决策、控制、管理方面能力将会在团队中得到最大表现，为银行创造利益提供保障。

产品规模。即从我国个人银行整体规模来看，个人理财产品随我国银行机构的发展出现新的发展趋势。浦发银行兰州分行已形成五个产品系列，具有一定的规模和比较显著的竞争力。

产品的创新性。即在理财市场上，我国的个人理财产品呈现出差异化、个性化等特点。目前，我国银行在理财领域存在较为严重的同质化问题，其核心竞争力就是其创新能力的直接体现。

员工的专业知识及职业道德。即具备专业财务及经营管理技能。个人理财产品是一项专业性的财务服务，依托具有较高专业水平的工作人员，以此提高其在市场上的竞争力。员工职业道德是指在销售个人理财产品时，是否具备良好的职业道德，对理财产品进行有效地管理。

（5）银行综合实力

商业银行综合实力主要体现在资产规模、盈利水平和经营绩效指标上。个人理财产品竞争力除与自身因素有关外，还体现在发行者整体实力上。总的来说，银行综合实力较高，其在理财市场上的竞争力也相对较高。

根据综合实力考量指标，可以分为四个要素：资产总额、负债总额、利润总额，以及银行拆借资金比例。

4.1.2 指标体系构建

（1）构建原则

科学性原则。在构建评价模型时，首先保证结果准确，这就需要准确选择评价指标，既要符合兰州浦发银行的现实需求，包含通用标准，更要凸显其独特性和实际情况，反映出个性化特征。同时，选用的评价手段必须科学合理，该系统与浦发银行兰州分行的客户理财业务特点及经营方式相结合，以保证所选评价指标的适用性与可靠性。

重点突出原则。竞争力既是区域性竞争优势，也是地区综合能力的反映，所以建立综合能力评价制度时，一定要注意全面、完备和系统化。重点突出原则包含对核心竞争力的深度剖析，以及由此衍生出的提升策略或优化建议。

可比性原则。竞争力的评价应当具备可比性，是衡量其优劣的重要依据。竞争力评价不仅要与行业内的同类产品进行对比，还要与其他同等规模银行的个人理财产品进行横向比较，以此揭示出公正且有意义的竞争水平。

(2) 指标体系初设立

通过查阅有关信息，初步确定了一级指标的初步筛选依据如下：

1) IFB 理财评价系统

“IFB 财务评价体系”是中国社科院财务研究所“财务产品评价小组”开发的一套以投资回报与风险为核心的理财管理体系。具体内容包括：（1）借助计算机仿真技术，将统计资料与计量经济学相融合，对影响理财产品和盈利水平的主要经济要素进行剖析，并对有关数据进行估算。（2）对理财工具中的付款条款进行详尽分析，构建支付函数及边界条件。（3）对未来经济发展趋势进行预测，利用预期参数对理财产品收益率和定价进行随机模拟。（4）通过计算一系列评价指标并进行样本检验，得出最终评价结果。

IFB 理财评价体系主要依赖于模拟仿真技术来剖析产品的收益与风险特性，其特色与局限性如下：作为中国社科院这一专注于理论探究的机构，由于其非营利性质，其研究结论倾向于纯粹且公正，提供了宝贵的参考依据。其评价结果显示清晰直观，有利于深入对比和理解，但在方法上有所局限。该体系过于侧重于风险与收益的双重视角，可能导致对其他关键绩效指标的忽视。同时，其在运用复杂的数学模型进行计算时，过程繁琐，对于一般投资者而言，可能缺乏实际操作的便捷性，实用性有待提升。

2) 银行理财评价体系

和讯网凭借深厚的专家智囊团和严谨的数据支持，在此基础上，建立一种全新的“银行理财产品评价系统”，从流动性、收益性和安全性等角度来评价其竞争力。另外，深入剖析银行的整体实力和理财业务的专业能力，通过多维度的综合分析，得出公正且全面的评价结果。

和讯网推出的“银行理财产品评价体系”更侧重于评价客户的个人理财产品收益。该体系在多个层面对产品的影响因素进行了详尽的考虑,但值得注意的是,和讯网并未向公众披露其详细的评价技术和步骤,同时作为一个营利性平台,其评价结果可能存在偏颇,难以确保公正性。此外,和讯网仅公示以往产品的评价结果,缺乏定期的评价公告发布,这在实际应用中显得不够及时和便捷。

3) 银行理财能力排名体系

借助收集理财数据的普益标准,将数据进行严谨的梳理,转化为专业且标准化的信息,以此服务于资产管理市场,帮助投资人作出理性投资决定,从而提高理财市场运作的有效性。至今,普益标准合作的客户已经有 70 余家,信托机构 30 余家。根据普益评价对各家银行的理财实力进行综合评定,建立了一套“银行理财能力排名体系”。这套体系包含了收益效率、风险控制、产品发行以及信息披露等多个方面,并通过每周、每月、季度、半年度等方式公布有关资料,以供投资者选择。在指标的设定上,重点关注了商业银行的理财业务能力,对于理财产品的比重则相对较小。

“银行理财能力排名体系”是以“专家打分法”衡量一家商业银行的个人理财能力。从整体上来看,该系统各项指数都较为完整,且采用定性与定量的综合方式建立,但同时也应看到,其在产品收益性指标权重的设计中所占比例偏小,有待于对其进行深入优化。

最后,在对上述三种评价指标进行比较的基础上,结合浦发银行兰州分行实际情况,最终构建浦发银行兰州分行个人理财产品竞争力评价体系。这一指标由理财产品收益指标、风险指标、产品营销类指标、理财管理类指标以及银行综合实力构成。

具体情况如表 4.1 所示。

表 4.1 个人理财产品竞争力评价指标体系初设立

一级指标	二级指标	一级指标	二级指标
	年化收益率		领导能力
	顶计到期收益率		管理创新能力
	超额到期收益率		工作人员专业技能

收益类指标	本金保障	管理类指标	工作人员职业操守
	投资方向		服务的满意度
	产品过往收益		团队效率
	净收益增长率		市场份额
	销售费	产品营销类指标	产品的规模
	托管费		产品知名度
	管理费		产品创新性
风险类指标	利率风险	产品营销类指标	产品营销流程
	外汇风险		产品的市场定位
	操作风险		产品组合
	流动性危机		产品价格
	违约风险		产品的销售渠道
	通货膨风险		产品的促销手段
	政策风险		银行综合实力类指标
	信息传递风险	银行总资产	
	不可抗力风险	银行总负债	
			存贷率
			拆借资金比
			个人理财业务发展情况
			银行的竞争优势
			上市情况
			未来的发展规划

(3) 指标体系确定

在初步确定浦发银行兰州分行个人理财业务的指标后，重新采用问卷调查方法，对已识别出的各项指标重新进行甄别（问卷如附录）。考虑到调查问卷的专业性质，为了确保数据的精确性和可靠性，本次特地选择了具备深厚经济理论知识和丰富理财实践经验的高校经济学教授、证券理财领域的权威专家，以及该分行所有资深理财顾问，同时，还考虑了一部分热衷于理财投资的投资者。本次调查对象具体情况如表 4.2。总计发放了 62 份调查问卷，经过严格的审核，共回收

55 份有效问卷，有效率为 88.71%。问卷设计围绕与浦发银行兰州分行个人理财业务竞争力相关的指标，以五级评分体系呈现，然后按照重要（9 分），较重要（7 分），一般（5 分），较不重要（3 分），不重要（1 分）赋分。

对 55 张有效问卷的平均分数作了统计与整理，得到了具体的调查数据如表 4.2 所示。

表 4.2 调查问卷人员情况分布

调查对象	人数	比例
高等院校经济学教授	13	23.64%
证券理财专家	7	12.73%
浦发银行兰州分行理财经理、顾问	21	38.18%
理财投资爱好者	14	25.45%

问卷信度分析。本文采用 *Cronbach's α* 值来检验，使用 SPSS20.0 对产品收益、产品风险、产品营销、理财管理以及银行综合实力等五个指标 *Cronbach α* 系数进行检验，各指标的新都系数最低为 0.902，高于 0.700 的临界值，表明该问卷具有良好的信度。

问卷效度分析。将预调研获得的有效数据导入 SPSS20.0 中进行效度分析，结果根据表 4.3 所示，该回收样本的整体 KMO 值为 0.906，高于 0.800，符合相关数值要求。同时，巴特球形检验的显著性水平 P 值为 0.000，小于 0.100，表明回收数据适合做进一步研究。另外，从单一指标检验结果看，五个指标 KMO 值均高于 0.800，其对应的巴特球形检验的显著性水平 P 值均为 0.000，与本文的研究需求吻合良好，能够开展正式调研。

表 4.3 问卷效度分析结果

指标	KMO	巴特球形检验值	显著性水平 P
产品收益类	0.912	1197.936	0.000
产品风险类	0.904	1078.772	0.000
产品营销类	0.892	978.516	0.000

产品理财管理类	0.925	1189.313	0.000
银行综合实力	0.897	1378.451	0.000

表 4.4 个人理财产品竞争力评价指标得分均值排序情况

序号	指标名称	均值排序	序号	指标名称	均值排序
1	预计到期收益率	8.66	23	存贷比率	5.53
2	年化收益率	8.62	24	工作人员职业操守	5.23
3	市场份额	8.60	25	管理创新能力	4.75
4	产品的创新性	8.52	26	服务满意度	4.72
5	超额预期收益率	8.49	27	未来的发展规划	4.70
6	产品的知名度	8.33	28	净收益增长率	4.63
7	拆借资金比	7.92	29	政策风险	4.53
8	利润	7.83	30	理财业务发展情况	4.27
9	产品销售流程	7.59	31	通货膨胀风险	4.23
10	流动性危机	7.52	32	产品的市场定位	3.96
11	本余保障	7.45	33	产品的促销手段	3.79
12	工作人员专业技能	7.30	34	产品价格	3.74
13	投资方向	7.18	35	产品销售渠道	3.69
14	领导能力	6.86	36	管理费	3.63
15	总资产	6.54	37	产品组合	3.57
16	产品的规模	6.33	38	销售费	3.00
17	团队效率	6.28	39	上市情况	2.83
18	利率风险	6.15	40	银行的竞争优势	2.77
19	操作风险	6.08	41	产品的过往收益	2.75
20	违约风险	6.02	42	托管费	2.68
21	总负债	5.98	43	信息传递风险	2.65
22	外汇风险	5.95	44	不可抗力风险	2.62

根据个人理财产品竞争力评价指标问卷打分情况, 标准化处理后进行均值排序, 见表 4.4。根据文中所制定的重要程度标准, 得分在 5 分或更高的指标被认为是具有中等以上重要程度。经过咨询相关专家, 专家认为虽然得分在 5-7 分之间的指标为中等重要程度, 但是对于个人理财产品竞争力的影响也是非常重要的, 所以本文将 5 分及以上的指标都作为本文评价指标。结果显示, 共有 24 项指标得分超过 5 分, 故选择这 24 项指标构建浦发银行兰州分行个人理财产品竞争力评价体系。在上一节对初始指数进行筛选时, 已经对各指数进行了分级, 其中, 一级指标又分为收益类、风险类、产品营销类和管理类四大类别。接下来将 24 个具体指标作为二级指标构建评价指标体系, 具体情况如表 4.4 所示。

表 4.4 浦发银行兰州分行个人理财产品竞争力评价指标体系

一级指标	二级指标
收益类指标 B1	年化收益率 C11
	预计到期收益率 C12
	超额到期收益率 C13
	本金保障 C14
	投资方向 C15
风险类指标 B2	利率风险 C21
	外汇危机 C22
	违约风险 C23
	流动性危机 C24
	操作风险 C25
管理类指标 B3	领导能力 C31
	工作人员专业技能 C32
	工作人员职业操守 C33
	团队效率 C34
产品营销类指标 B4	产品占有率 C41
	产品知名度 C42
	产品创新性 C43

	产品营销流程 C44
	产品规模 C45
银行综合实力类指标 B5	总资产 C51
	总负债 C52
	利润 C53
	存贷比 C54
	拆借资金比 C55

4.2 浦发银行兰州分行个人理财产品竞争力评价方法的确定

4.2.1 竞争力评价方法的比较

在对浦发银行兰州分行个人理财产品竞争力评价时，选择一种科学的、适宜的、有效的评价手段，是衡量个人理财产品市场竞争力的关键。通过对国内外相关研究文献研究发现，目前常用的个人理财产品评价方法有熵权-TOPSIS 方法、因子分析法、层次分析法以及主成分分析法。这四种方法都有优点和缺点，具体对比情况如表 4.5 所示。

表 4.5 常用评价方法优缺点比较表

评价模型	优点	缺点
熵权-TOPSIS 法	权重完全依赖于原始数据，运用客观赋值法，避免数据的主观性，精度更高客观性更强；对样本量和样本指标没有限制，适用范围广，使用灵活方便。	只能分析量化的数据；两个以上的对象才可使用该方法；通常因为样本数据的庞大，导致计算过程较为复杂。
因子分析法	面对大量数据时，将分析过程简化为因子项分析，计算简便。	只能用于综合性评价，并非所有数据都适用，需先进行 KOM 检测；计算得分最小二乘法有时可能会失效。
层次分析法	将定性方法和定量方法有机结合，每个因素对结果的影响程度清晰明确；所需	相对于定量分析来说更注重定性分析判断，定量数据较少，定性成分

	定量数据信息少，计算简单方便，清晰易得。	较多，研究结果不够客观；当样本指标过多，样本数据较大时，会影响权重的准确性。
主成分分析法	可对原始变量进行综合与简化，不要求数据呈正态分布，扩展了应用范围；计算的综合函数得分，评价较为客观。	仅适用于变量间有很强相关性的数据，数据经标准化后含义会发生变化；当主成分因子的符号有正有负时，评价意义就会不再明确。

为保证研究资料的准确和公平，本文提出采用客观赋权法。经过比较，鉴于浦发银行兰州分行个人理财产品的竞争力评价需要大量的数据，而且这些数据间不一定存在紧密关联，因此，本次排除层次分析法和主成分分析法。本文旨在构建一个全面的评价框架，考虑到所有数据的纳入性，避免了因子分析的局限性。熵权法的独特之处在于其依赖原始数据的自然分布，不受主观偏见的影响，能够直接根据每个指标的变异情况，通过信息熵来确定权重，从而实现更为客观的评价。同时，通过计算熵值，权重的差异性得以增强，使其更具现实意义。另外，TOPSIS 方法的有效性在于它能调整并优化各个指标的权重，充分挖掘原始数据的价值，解决了多维度数据处理的问题，不仅可以进行单一企业的纵向比较与评价，而且也可以应用于多公司不同产业间的横向比较与评价。

4.2.2 熵权-TOPSIS 法的适用性

在前面的研究基础上，本文采用熵权-TOPSIS 法对浦发银行兰州分行个人理财产品竞争力进行了综合评价。首先，熵权法实质是一种客观权重分配法，与 TOPSIS 法相结合计算指标加权，以此减小主观因素对浦发银行兰州分行个人理财产品竞争力评价的影响。熵权-TOPSIS 法弥补了传统评价方式的缺陷，能适应对浦发银行兰州分行竞争力的动态追踪评价，也能进行跨行业的横向比较，从而更公正地揭示其理财产品竞争力的真实状况。其次，熵权-TOPSIS 法在对一级和二级指标进行分解基础上，实现了总体和个体的综合评价。最后，鉴于浦发银行兰州分行个人理财产品的特性，需要进行时间序列对比及行业比较，涉及 24 个样本指标和 5 个样本分行，数据量巨大。熵权-TOPSIS 法恰好能有效处理大量数

据，其权重计算完全依赖浦发银行兰州分行的原始数据，对准确衡量浦发银行兰州分行个人理财产品的竞争力具有很高的适用价值。

4.2.3 熵权-TOPSIS 法的具体步骤

利用熵权-TOPSIS 法，先利用熵权法决定各指标权重，然后采用 TOPSIS 法对其进行排序。

(1) 确定原始数据矩阵

用评价对象的原始数据建立初始矩阵， m 为评价指标， n 为评价对象，其中 $X = (X_{ij})_{mn}$ ， $i = (1, 2, 3, \dots, m)$ ， $j = (1, 2, 3, \dots, n)$ ， X_{ij} 表示第 i 个评价对象下第 j 个指标的数值。

$$X_{ij} = \begin{bmatrix} x_{11} & x_{12} & \cdots & x_{1n} \\ x_{21} & x_{22} & \cdots & x_{2n} \\ \cdots & \cdots & \cdots & \cdots \\ x_{m1} & x_{m2} & \cdots & x_{mn} \end{bmatrix}$$

(4.1)

(2) 矩阵规范化

为防止指标属性差异对研究成果造成的影响，需要对其进行规范化处理，正向指标、负向指标和适度指标的规范化处理公式如下。

$$\text{正向指标: } v_{ij} = \frac{x_{ij} - \min(x_j)}{\max(x_j) - \min(x_j)} \quad (4.2)$$

$$\text{负向指标: } v_{ij} = \frac{\max(x_j) - x_{ij}}{\max(x_j) - \min(x_j)} \quad (4.3)$$

$$\text{适度性指标: } v_{ij} = \frac{\max(x_j) - x_{ij}}{\max(x_j) - x_0} \quad X_{ij} > X_0 \quad (4.4)$$

$$v_{ij} = \frac{x_{ij} - \min(x_j)}{x_0 - \min(x_j)} \quad X_{ij} < X_0 \quad (4.5)$$

得到规范化矩阵 $V = \{v_{ij}\}_{mn}$ ，为了确保计算结果的有效性，当有 0 值时，需要将矩阵平移。

(3) 定义标准化值

设 P_{ij} 为第 i 个评价对象第 j 个指标在总和中所占的比重。权重愈大，则说明评价对象贡献愈大。假设总的评价对象为 m 个，评价指数为 n ，则 $i = (1, 2, 3, \dots, m)$ ， $j = (1, 2, 3, \dots, n)$ 。

$$P_{ij} = \frac{v_{ij}}{\sum_1^m v_{ij}} \quad (4.6)$$

得到标准化矩阵 $P = \{P_{ij}\}_{mn}$ 。

(4) 计算评价指标熵值

采用信息熵方法，依据各评价指标的差异性及其在综合评价中的重要性，对各指标熵值进行权重计算。指标熵值愈高，信息的使用价值愈低。设 e_j 为指标 j 的熵值，公式如下。

$$e_j = \frac{-1}{\ln m \sum_1^m P_{ij} \ln P_{ij}} \quad (4.7)$$

(5) 计算评价指标差异系数

设 g_j 为指标 j 的差异系数。在第 j 项指标中，差异系数较大，说明该指数的评价效果较好，反之则较低。

$$g_j = 1 - e_j \quad (4.8)$$

(6) 确定评价指标熵权

设 w_j 为指标 j 的熵权，对评价指标的差异系数 g_j 作归一化处理即得到指标权重 w_j 。

$$w_j = \frac{g_j}{n} - \sum_1^n d_j \quad (4.9)$$

(7) 构造加权规范矩阵

$$Z_{ij} = v_{ij} \times w_j \quad (4.10)$$

$$Z_{ij} = \begin{bmatrix} Z_{11} & Z_{12} & \cdots & Z_{1n} \\ Z_{21} & Z_{22} & \cdots & Z_{2n} \\ \vdots & \vdots & \ddots & \vdots \\ Z_{m1} & Z_{m2} & \cdots & Z_{mn} \end{bmatrix} \quad (4.11)$$

(8) 确定正负理想解

在评价指标是效益型的情况下，以较大的数值说明较好，较小说明较差，在评价指数是成本型情况下，较大的数值说明较差，较小数值则说明较好。

$$\text{负理想型解: } Z_j^- = (Z_1^-, Z_2^-, \dots, Z_n^-) \quad (4.12)$$

$$\text{其中 } Z_j^- = \max(Z_{1j}, Z_{2j}, \dots, Z_{nj})$$

$$\text{正理想型解: } Z_j^+ = (Z_1^+, Z_2^+, \dots, Z_n^+) \quad (4.13)$$

$$\text{其中 } Z_j^+ = \min(Z_{1j}, Z_{2j}, \dots, Z_{nj})。$$

(9) 计算评价结果到正负理想解的距离

$$\begin{aligned} \text{计算欧式距离的公式: } D^+ &= \sqrt{\sum_{j=1}^n (z_{ij} - z_j^+)^2} \\ D^- &= \sqrt{\sum_{j=1}^n (z_{ij} - z_j^-)^2} \end{aligned} \quad (4.14)$$

(10) 计算各评价指标的相对贴近度，公式为：

$$c_i = \frac{D_i^-}{D_i^+ + D_i^-} \quad (4.15)$$

在公式 (4.15) 中，贴近度 C_i 是评价对象与正理想解的距离，也是评价目标和最优方案之间的接近程度， $C_i \in [0,1]$ ，如果贴近度 C_i 越接近 1，那就表示该行个人理财产品竞争力越强， $C_i=1$ ，表示该行个人理财产品竞争力已实现最优；反之，若相近程度愈趋近于零，则说明该银行的个人理财产品具有较弱的竞争力。 $C_i=0$ ，意味着银行的个人理财产品处于不平衡和无序状态，需要提高其竞争力。

同时，可以将相对贴近度变换为十分制评分。最大得分为 10，最小为 0，且所有数字都是整数。最终，以评分为依据，对商业银行个人理财产品的竞争力进行评价，并以此为基础进行评分，具体的划分见表 4.6。

$$Z_i = \text{int}\left(\frac{10}{C_{\max}} C_i\right), i = 1, 2, \dots, m \quad (4.16)$$

表 4.6 个人理财产品竞争力评价等级 Z_i

得分	竞争力强弱	竞争力等级
$0 < Z_i \leq 2$	差	五级
$2 < Z_i \leq 4$	比较差	四级
$4 < Z_i \leq 6$	一般	三级
$6 < Z_i \leq 8$	比较强	二级
$8 < Z_i \leq 10$	非常强	一级

(11) 对评价值进行综合排序

按照相对贴进度 c_i 大小，将评价对象进行排序， c_i 数值较大，说明综合水平较高，反之，则说明对象的综合水平较低。

4.3 浦发银行兰州分行个人理财产品竞争力评价分析

4.3.1 数据来源

本研究侧重于探讨全国性商业银行在个人理财产品的竞争力，因此选择了五家已上市且在兰州市设有分行的城市商业银行作为案例分析，包括：浦发银行、招商银行、民生银行、光大银行以及中信银行。数据主要来源于各上市公司发布的年度报告及 Wind 信息数据库。针对部分数据的缺失或难以获取的情况，本文采用科学且合理的计算方法进行补充。接着，运用 MATLAB 软件对收集到的数据进行全面分析，最终深度剖析浦发银行兰州分行个人理财产品竞争力。

4.3.2 评价指标体系进行归一化处理

将表 4.4 中指标体系的原始数据使用 MATLAB 软件进行数据归一化处理，无量纲化后的数据如表 4.7 所示（原始数据如附录 2）。

表 4.7 5 家商业银行兰州分行个人理财产品竞争力评价指标体系无量纲化统计表

	浦发银行	招商银行	民生银行	光大银行	中信银行
年化收益率 C11	0.040227	0.023618	0.417692	0.019693	0.002292
预计到期收益率	0.010765	0.000001	0.223511	0.000001	0.017775

C12					
超额到期收益率	0.032319	0.067333	0.273666	0.083934	0.083083
C13					
本金保障 C14	0.069773	0.028727	0.555599	0.065322	0.000001
投资方向 C15	0.080403	0.096798	0.301097	0.049832	0.040919
利率风险 C21	0.091566	0.098416	0.394131	0.025937	0.255127
外汇危机 C22	0.173309	0.127768	0.415232	0.017531	0.151317
违约风险 C23	0.089872	0.033893	0.469533	0.128122	0.172519
流动性危机 C24	0.223408	0.218235	0.555703	0.341378	0.113335
操作风险 C25	0.000001	0.005308	0.000001	0.008886	0.048367
领导能力 C31	0.000521	0.011014	0.001476	0.003842	0.102333
工作人员专业技能	0.000562	0.044681	0.058341	0.000001	0.050955
C32					
工作人员职业操守	0.027004	0.001657	0.003907	0.054688	0.012739
C33					
团队效率 C34	0.156854	0.025461	0.065618	0.070313	0.089172
产品占有率 C41	0.000001	0.049818	0.146275	0.007813	0.050955
产品知名度 C42	0.047637	0.136308	0.043702	0.085938	0.031847
产品创新性 C43	0.049765	0.037336	0.046235	0.171875	0.101911
产品营销流程 C44	0.215464	0.030763	0.025761	0.164063	0.070064
产品规模 C45	0.266348	0.082127	0.139465	0.156252	0.108282
总资产 C51	0.161663	0.166464	0.111745	0.148438	0.121019
总负债 C52	0.060897	0.001049	0.000001	0.062534	0.031847
利润 C53	0.013809	0.000001	0.000679	0.078125	0.000001
存贷比 C54	0.000562	0.044681	0.058341	0.000001	0.050955
拆借资金比 C55	0.027004	0.001657	0.003907	0.054688	0.012739

4.3.3 确定指标权重值

对数据进行处理，可得各项指标权重如表 4.8 所示。

表 4.8 指标权重表

系统层	指标层	熵权	权重
收益类指标 B1	年化收益率 C11	0.078736	28.12%
	预计到期收益率 C12	0.059052	
	超额到期收益率 C13	0.042180	
	本金保障 C14	0.073112	
	投资方向 C15	0.028120	
风险类指标 B2	利率风险 C21	0.035820	23.88%
	外汇危机 C22	0.033432	
	违约风险 C23	0.050148	
	流动性危机 C24	0.059700	
	操作风险 C25	0.059700	
管理类指标 B3	领导能力 C31	0.030199	13.13%
	工作人员专业技能 C32	0.023634	
	工作人员职业操守 C33	0.031512	
	团队效率 C34	0.045955	
产品营销类指标 B4	产品占有率 C41	0.033579	15.99%
	产品知名度 C42	0.036777	
	产品创新性 C43	0.036777	
	产品营销流程 C44	0.017589	
	产品规模 C45	0.035178	
银行综合实力类指标 B5	总资产 C51	0.064192	18.88%
	总负债 C52	0.016992	
	利润 C53	0.039648	
	存贷比 C54	0.026432	

	拆借资金比 C55	0.041536	
--	-----------	----------	--

收益类竞争力指标排序为：投资方向 C15<超额到期收益率 C13<预计到期收益率 C12<本金保障 C14<年化收益率 C11。可以看出，年化收益率熵值最高，对浦发银行兰州分行个人理财产品收益类指标竞争力的影响最强，所占比重为 7.87%。因此，通过提升个人理财产品年化收益率可以极大提高浦发银行兰州分行个人理财产品收益类指标的竞争力。

风险类竞争力指标排序为：外汇危机 C22<利率风险 C21<违约风险 C23<操作风险 C25/流动性危机 C24。可以看出，操作风险和流动性危机熵值一样，高于其他三个指标，对浦发银行兰州分行个人理财产品风险类指标竞争力的影响最强，所占比重为 5.97%。因此，通过控制操作风险和流动性危机可以极大提高浦发银行兰州分行个人理财产品风险类指标的竞争力。

管理类竞争力指标排序为：工作人员专业技能 C32<领导能力 C31<工作人员职业操守 C33<团队效率 C34。可以看出，团队效率熵值最高，对浦发银行兰州分行个人理财产品管理类指标竞争力的影响最强，所占比重为 4.60%。因此，通过提升团队效率可以极大提高浦发银行兰州分行个人理财产品管理类指标的竞争力。

产品营销类竞争力指标排序为：产品营销流程 C44<产品占有率 C41<产品规模 C45<产品创新性 C43/产品知名度 C42。可以看出，产品知名度和产品创新性熵值一样，高于其他三个指标，说明产品知名度和产品创新性对浦发银行兰州分行个人理财产品风险类指标竞争力的影响最强，所占比重为 3.68%。因此，通过提升产品知名度和产品创新性可以极大提高浦发银行兰州分行个人理财产品营销类指标的竞争力。

银行综合实力类竞争力指标排序为：总负债 C52<存贷比 C54<利润 C53<拆借资金比 C55<总资产 C51。可以看出，银行总资产熵值最高，说明总资产对浦发银行兰州分行个人理财产品银行综合实力类指标竞争力的影响最强，所占比重为 1.70%。因此，通过增加总资产可以极大提高浦发银行兰州分行的综合实力。

4.3.4 竞争力综合评价结果

表 4.9 5 家商业银行兰州分行个人理财产品竞争力评价指标相对贴近度 C_i

相对贴近度	收益类	风险类	管理类	产品营销类	银行综合实力类
光大银行	0.7110	1.0000	0.9132	0.8232	0.7895
中信银行	0.7321	0.5823	0.5911	0.6275	0.7018
民生银行	0.6899	0.4775	0.5876	0.5964	0.6213
浦发银行	0.6182	0.5469	0.6011	0.5534	0.4973
招商银行	0.3973	0.3374	0.3413	0.3615	0.3796

表 4.10 5 家商业银行兰州分行个人理财产品竞争力综合评价排名

	相对贴近度 C_i	排名	得分 Z_i	竞争力等级
光大银行	0.8627	1	9	一级
中信银行	0.5775	2	6	三级
浦发银行	0.4017	3	5	三级
民生银行	0.3902	4	5	三级
招商银行	0.3349	5	3	四级

从上文所述可知，兰州市五家商业银行兰州分行个人理财产品竞争力较不平衡。其中处于个人理财产品竞争力一级的商业银行只有光大银行，光大银行兰州分行凭借自身优势，个人理财产品发展较好。浦发银行兰州分行在五家分行中个人理财产品竞争力排名第三，竞争力等级为三级，说明浦发银行兰州分行个人理财产品竞争力中等水平。

按照测评体系的权重，在一级指标中，收益类指标对竞争力的作用最为显著，这并不奇怪，在客户投资中回报才是最重要的，银行个人理财业务的竞争力受到收益大小所决定，然后才是风险类指标，表明投资者对理财安全性的重视，这也是决定个人理财产品竞争力的第二大因素。同时，银行自身综合实力也十分关键，

客户对银行的信赖，取决于其自身的实力。而在市场营销上，通过加大理财产品宣传力度，可以让消费者进行更多消费。

通过以上分析，得出以下几点结论：

收益类指标分析：浦发银行兰州分行的个人理财产品基本保本，但浦发银行兰州分行在其理财产品年化收益率、预期收益率方面与同业比较均未达到较高水平。

风险类指标分析：浦发银行兰州分行理财产品具有良好的流动性，但是对其进行的风险管理还有待进一步提高。

管理类指标分析：浦发银行兰州分行员工专业素质普遍偏低，对理财产品的相关理论体系研究不足。

产品营销类指标分析：浦发银行兰州分行的产品创新程度不足，出现同质化问题，服务水平和营销策略还有待改进。

银行实力类指标分析：浦发银行兰州分行资产规模大，吸纳存款能力较强，但资金利用率低下，无法发挥应有的作用，需要加大对资金的调配力度。

4.4 浦发银行兰州分行个人理财产品竞争力一般的原因

从 4.3 的评价结果看，浦发银行兰州分行个人理财产品竞争力得分为 5 分，处于 4-6 分之间，说明浦发银行兰州分行个人理财产品竞争力一般。为全面了解兰州分行个人理财产品竞争力一般的原因，本节综合运用了实地调研和专家座谈，进行了相应剖析，所选取的对象是个人理财产品。首先是实地调研，通过走访调查科室，获得充分的信息资料。其次是专家座谈法，笔者与专家、高管以及投资界人士进行了商谈，并且了解了其意见，最终得出造成浦发银行兰州分行个人理财产品竞争力一般的原因有以下几个方面：

4.4.1 产品收益率不高

经过近 20 年的发展，浦发银行兰州分行个人理财产品比较丰富，已形成现金及货币类、固定收益类、股票权益类、保险类等，关于这几种投资理财产品，是存在密切联系的，共同形成了分行的投资理财特色。据统计，关于本文所选取的研究对象浦发银行兰州分行，其个人理财产品收益情况领先于绝大多数商业银

行，仅仅落后于民生银行。但是通过分析其个理财产品种类体系可以得出这样的发现，目前，仍未构建完善的组合体系，具体表现在其收益情况仍未做到满足投资者的需求。

通过分析 2022 年各商业银行个人理财业务发展情况可知，整体上趋势良好。作为开放式理财产品，就其收益以及风险来看，都呈现出高收益，高风险并存的特点，虽然存在较高的风险，但是在近些年来，销量却较为不错，尤其是年轻人较为青睐此产品。但是通过分析浦发银行此类理财产品的发行情况可知，目前，其发行量仍然是较低的。

“目前我行的个人理财产品种类还是比较多的，大多是真多年轻人发行的高风险、高回报的产品，销量也比较好，但是针对每一种产品的发行量还是有限，造成部分产品收益类较低”（理财经理 L）

4.4.2 产品风险相对较高

浦发银行兰州分行个人理财产品体系中，关于各理财品种的收益与风险情况，目前存在这样的特点，收益与风险基本是对等的，也就是说，各理财产品存在高风险与高收益并存的情况。此外，理财产品的抗风险能力也较强，其成因在于受到了如下因素的影响，一是当地社会经济发展程度导致的，而是当地人风险偏好较高

此外，从风险与收益一致性的视角出发，并综合对比分析各商业银行个人理财业务发展情况，可以得出这样的发现，浦发银行兰州分行此产品的收益情况是领先大多数银行的，由此可以得出这样的推断，此银行个人理财产品的风险性也是较高的。

“目前我行的个人理财产品可划分为五类，主要特点就是开放性强，所以资金投向较多，而且大部分是强项与投资稳健性较高的项目，在购买日是可以被赎回的，其具有较高的流动性。另外，该产品收益可观，所以风险较高，购买这类产品的客户一般是风险偏好较高的客户。”（理财经理 M）

在进行本研究的过程中，为了获得充分的数据资料，还运用了调查分析法，所选取的分析对象是兰州各商业银行发行的个人理财产品，而本文对其进行了相应分析，并且得出了这样的发现，对于浦发银行兰州分行发行的个人理财产品中，

关于其净值型产品，具有这样的特点，其非保本浮动受益不高。但是相较之下，对于光大银行兰州分行发行的个人理财产品，其收益情况是较为优秀的，显著高于多数银行，收益能力摘取了第二名的成绩，而收益能力紧随其后的是兴业银行兰州分行，位居国内第三名。此外，个人理财产品的收益情况以及其创新性均会影响到其竞争力，通过分析浦发银行兰州分行相关数据资料可以得出这样的发现，尽管从整体上来看，其收益情况是较为不错的，但是具体到每一个指标，每个指标又存在较大差异，具体来说，其产品收益指标获得了较高的分数，但是年化收益率指标以及预计到期收益率指标所获分数较低，由此可知，该银行个人理财产品结构仍然有待进一步完善，具体情况可见表 4.11。

表 4.11 浦发银行兰州分行个人理财产品情况表

产品类型	星级	排名
保本浮动收益型	4	5
非保本浮动收益型	3	23
保本浮动收益型小规模	4	4
保本浮动收益型中等规模	1	
保本浮动收益型大规模	1	
非保本浮动收益型小规模	3	21
非保本浮动收益型中等规模	4	5
非保本浮动收益型大规模	4	3
保本浮动收益型短期	5	1
保本浮动收益型中期	5	1
保本浮动收益型长期	3	8
非保本浮动收益型短期	2	27
非保本浮动收益型中期	3	22
非保本浮动收益型长期	4	7

通过分析以上表格，可以得出这样的发现，对于浦发银行兰州分行来说，关于其发行的个人理财产品，无论是收益还是抗风险性都是较高的，由此可知，其

具有较强的竞争力。但是通过分析其风险性可以得出这样的发现，其非保本浮动收益产品的排名是不高的，由此可知，在客户选择购买此个人理财产品的过程中，更为倾向于考量其带来的风险。因此，银行有必要进一步完善产品结构，在此基础上，达到降风险的目的。

4.4.3 营销渠道较为单一

(1) 网点数量少，覆盖率不高

在进行营销的过程中，有必要实现对物理网点的合理利用，而且实践表明，银行网点往往取得了较好的销售绩效，关于银行网点的分布情况，首先是城市区域，四家所处位置是城关区，第五家网点的所处位置是西固区，就其区域分布的特点来看，是缺乏合理性的。而就其在三个县城的分布情况来看，也是不甚合理的，仅仅在榆中县设立了一家网点，远远落后于其他银行。此外，其普惠政策也难以惠及到农村客户，这也就使得各银行网点的联动效应大打折扣。

(2) 电子化渠道使用率不高

随着时代的发展，浦发银行也逐渐认识到了数字化的重要意义，并且总行也制定了相关政策，旨在推动银行走向数字化发展之路，最终目的是提高商业银行的发展质量。为了实现这一目标，也加大了对理财产品营销的投入力度，其采取的主要措施包括优化 APP，并且打造个性化的服务体系与产品体系。通过进行相应分析可知，其效果是较为不错的，目前，App 活跃用户人数超过了 4 万，但是电子客户在银行现有用户中所占比例较低。为了解决这一问题，银行也制定了像相应对策，具体来说，是构建新型的指标考核体系，通过设置三大指标，手机银行开通率、活跃率、分流率等指标，并且设计相应的指标考核体系，达到了激励员工的目的。但是在进行实际应用的过程中，受到了阻碍，客户对 APP 的接受程度较低，出现这一问题的成因在于用户习惯、心理因素产生了较大影响。

“我行目前还没有充分考虑电子银行 APP 的应用，在一定程度上影响了客户的购买成本，也阻碍了 APP 的推广。尤其是对于老年人，他们接受新事物比较缓慢，不会使用 APP，所以他们就不会选择使用银行的 APP，就增加了人工成本。”（理财经理 S）

4.4.4 专业人才相对不足

为了达到提高销售绩效的目的，银行始终高度重视专业营销人才的培养。但是不可忽视的是，尽管银行积极作为，但是在人才培养的过程中，仍然暴露了一些问题。

“近年来，我行为了提高银行个人理财产品的销售绩效，对销售人员的专业素养提出了较高的要求，销售人员不仅要掌握理财相关知识，也必需了解销售技巧，并做到熟练运用。但是就目前来看，通过运用现有的培训模式进行培训工作，无法起到提高个人理财产品销售人员专业素养的效果，这也就导致我行在市场竞争中处于弱势地位。”（总经理 L）

另外，虽然银行始终高度重视人才培养，但是在人才留存方面表现欠佳。而出现这一问题的根源共有四点，第一，银行的绩效考核压力较大，第二，外资银行对人才的吸引力较高，第三，受到个人职业规划的影响，第四，银行的待遇并不理想。由于存在以上四种因素，这就导致银行的人才留存率较低，以客户经理为例，在三年间，客户经理的离职率竟达到了 33.8%。

其次，银行是积极招聘应届大学生群体的，但是为了培养一个合格的营销经理，需要付出较大的精力，时间成本可多达三年，这也就造成其人才匮乏的问题。关于其人才流失，具体可见表 4.12。

表 4.12 浦发银行兰州分行 2020-2022 年理财人员流失情况

岗位	人数（人）	平均年龄（岁）	工作年限（年）	近三年离职率
客户经理	40	24.5	3	33.8%
理财相关人员	14	29.6	8	6.2%

4.4.5 品牌影响力有限

浦发银行兰州分行自成立以来，秉承“笃守诚信，创造卓越”的核心价值观，立足兰州地区经济优势以及区位优势，不断拓展其业务范围，而且目前也取得了优异的表现，已然辐射至整个甘肃省，在推动西部大开发战略实施方面，做出了不可忽视的贡献。但是通过将其与其他银行进行比较，可以得出这样的发现，本

行的综合实力仍然与其他银行的差距较大，由于存在各方面的差距，这也导致其个人理财产品的销售绩效往往不够理想。

值得注意的是，为了破局，浦发银行兰州分行也做出了积极的尝试，具体表现在其不仅大力开发现有业务，而且还从本市以及本省实际出发建立了全新的业务体系。纵观该银行个人理财产品的发展历程，主要经历了两个时期，依次是探索期以及发展期，并且在两个时期形成了五类个人理财产品。据相关资料显示，截至 2022 年，其产品取得了优异的表现，收益能力仅仅排在民生银行之后。但是通过将其与其他银行进行对比分析可知，浦发银行兰州银行仍然存在较多不足之处。具体表现在尽管本银行的个人理财产品业务取得了优异的表现，但是由于综合实力仍然显著不及其他银行，这就造成其发展后劲缺乏，甚至造成其竞争力被削弱。

5 浦发银行兰州分行个人理财产品竞争力提升策略

5.1 竞争力提升策略

5.1.1 提高理财产品收益

本文分析了浦发银行兰州分行个人理财产品收益情况以及销售情况，并得出了这样的发现，其产品收益率以及创新性均会显著影响其发展。尽管浦发银行兰州分行在产品收益指标上表现出色，但年度化收益率和预测的最终回报率在同行中并不突出，这表明在产品创新方面仍有提升空间。自党的十九大召开以来，中国银行业监管机构强化了对金融市场秩序的整顿，导致理财产品的增长速度趋于平稳。投资者在挑选个人理财产品时变得更加谨慎和理智，投资者更倾向于分散投资，避免过度依赖单一产品。对此，银行应当积极作为，通过多措并举，提高其竞争力，具体来说，需要不断优化其个人理财产品结构，并且提高净值产品的比重，此外，还需要合理划分计划实施阶段，具体来说，可划分成三大阶段，也就是起步期、发展期以及壮年期。

整合产品资源。初期，对于银行来说，主要工作是整合资源，并且尽可能消除产品同质化问题，并优化产品结构。在此基础上，浦发银行兰州分行应增加灵活型产品的比例，确保产品种类丰富且特性鲜明，构建出全面且有竞争优势的产品结构；此外，需要通过多措并举，增强银行自身的产品管理能力，并且尽可能应对好不确定风险，从而达到推动产品长线发展的目的。

优化产品结构。在发展期，对于浦发银行兰州分行来说，主要工作是提高其产品的收益弹性，在此基础上，激发潜在客户的兴趣。这主要通过两步实现：一是在定价策略上，对现有结构进行优化，降低基本业绩基准，增大超额收益的份额，并与客户共享这部分收益；二是在资产估值上，增大市场驱动部分的比例，减少平均成本法的影响，以提高产品的市场敏感度。

优化产品净值比重。在成熟阶段，逐步推进浦发银行兰州分行个人理财产品的全面净值化。对于熟悉净值产品且能接受收益波动的老客户，应加强互动，激发他们更积极主动的购买意愿；而对于潜在客户群体，根据他们的消费层级，定

制相应的产品。此外，商业银行还应当尽可能提升自身的服务水平，为此，可推出个性化服务以及定制化服务，在此基础上，培养客户忠诚，最终达到提高市场占有率的目的。

5.1.2 加强产品风险管理

对于个人理财产品的客户群体来说，由始至终，都重视风险因素。此外，风险因素也会对个人理财产品的竞争力会起到决定性影响。但是通过分析浦发银行兰州分行个人理财产品竞争力，可以得出这样的发现，由于风险较高，导致产品竞争力较弱。为了增强其竞争力，应当重视风险防控，并且加大对风险控制力度，并且制定相应的对策。

增强客户风险意识。为了达到较好管控风险的目的，银行需要关注投资者的专业素养是否较高，并且需要通过采取多项措施，提高其理财素养，在此基础上，增强对风险的管控能力；此外，在进行业务的过程中，需要加大对产品的宣传力度，并且告知客户相关知识，并且向客户介绍各类型产品的收益以及风险，从而让客户可以做出最符合自身利益的选择，以免造成客户自身利益受到损害。

加大产品风险防范。对于银行来说，不仅要向客户告知相关知识，还有必要重视对产品风险的管控工作，在此基础上，达到降风险的目的。为此，浦发银行兰州分行应当不断优化其营销手段，并且做好跟进，基于此，制定相应的对策与方案；此外，对于负责理财的工作人员来说，也需要通过采取一定策略，增强自身的操作能力，以免出现操作风险。

加大对客户的投资跟踪。依据客户的财务状况推荐适宜的理财产品，密切跟踪客户的投资动态，建立投资评估记录，当客户选择个人理财产品时，提供客观的产品收益和风险分析，增强客户的风险预见性，使他们在面临潜在风险时能有所准备。

加大操作过程的风险管理。最后，银行还有必要重视操作层面的风险管理工作，为此，需要构建科学合理的风险管理体系，并且加大监控力度，以免出现因人为干扰导致的风险；此外，银行还有必要诚邀投资人进行监督，在此基础上，使得潜在投资者可以做到全面了解产品相关信息，这样不仅增强了投资人的风险

意识，也可以起到让其更为信任银行的作用，最后，其产品的竞争力也会间接得到提高。

5.1.3 拓宽产品营销渠道

近年来，浦发银行兰州分行在兰州及甘肃省地域内展现出强劲的增长态势，树立了卓越的市场声誉，无论在高端还是中低端市场，其服务都得到了广泛且积极的反馈，坚实的客户基础为其后续发展提供了坚实支撑。

加强对个人理财产品宣传。随着互联网+金融的进一步发展，对于浦发银行兰州分行来说，应当做到积极应对，具体来说，需要做到如下几点，第一，提高对理财产品服务的推广和宣传力度，特别是聚焦于银行个人理财产品。创新营销策略，以确保产品的竞争优势，既要强调产品的安全性，又要突出其可观的收益率，以此来激发消费者的购买欲望。其次，鉴于客户群体的多元化，兰州分行应深化服务内涵，通过精细化管理和服务升级，强化与各层次客户的互动沟通，尤其是定制化理财方案的提供，让每一位客户都能感受到专属的关怀。坚持以诚待人，赢得客户的深度信任，从而巩固并提升浦发银行兰州分行在客户心中的口碑和忠诚度。

注重客户关系维护。目前，对于个人理财产品市场，其表现出来的特点是其信息壁垒逐渐消融，使得消费者能够实时追踪银行的理财产品动态。因此，银行应以满足客户需求为导向，通过精准的信息推送和深度的专业解析，协助客户洞悉收益与风险的动态，协助投资者定制个性化的理财策略。此外，银行的角色还扩展到引导客户树立专业的投资观念，鼓励投资者采取多元化的投资策略，避免过度集中风险。通过展现专业素养和人性化服务，银行旨在巩固与客户的信任纽带。

加大营销服务力度。加强个人理财产品的营销及服务理念的宣传。浦发银行兰州分行在兰州及甘肃省内的个人理财市场已树立了稳固的客户基础和优良的声音。相较于兴业银行、招商银行等业内同行，其理财产品具备显著的竞争优势。为了维持并扩大这种优势，银行需不断强化理财产品的市场推广，彰显产品独特的优点和特性。借助新颖的宣传策略和方法，加深投资者对产品的印象，提高产品与浦发银行兰州分行品牌形象的契合度。在此过程中，投资者不仅能认知到浦

发银行兰州分行所发行产品的相关信息，此外，还可以起到间接提高其知名度的作用，在此基础上，也就可以起到有力推动本银行个人理财产品稳定发展的作用。

5.1.4 加强人才队伍建设

无论是怎样的业务，人由始至终都起到了不可忽视的作用，并且人对塑造和提升产品竞争力发挥着至关重要的影响。个人理财产品业务作为一项高度专业的金融活动，要求具备精深金融知识的专业人才。对于浦发银行兰州分行而言，应根据其人才储备不足及员工素质待提高的现状，要着力强化理财团队的素质建设，以期打造出更加有效、专业的人才队伍。

加大理财人员素质建设。首先，要广泛吸纳优秀人才，借助专业猎头服务和公开招募程序，吸引并引入在市场营销、企业管理及技术领域的紧缺专才，将其安置在核心岗位，以充分发挥其专长。其次，强化教育训练与评估，对处理个人理财产品推广、销售及客户服务的团队进行全面且深入的培训和考核，以提升他们的专业技能和管理水平。最后，构建完善的激励体系，通过优化薪资结构、设立奖励制度和明确晋升路径，激发全体员工的工作热情，培养责任感和紧迫感，进而全面提高银行工作人员专业素养，在此基础上，为银行个人理财产品竞争力的增强提供人才后备军。

加强企业文化建设。从始至终，无论是怎样的企业，企业文化是相伴其发展历程的，从某种角度来说，企业文化可以被看作是组织的灵魂，通过塑造良好的企业文化，可以起到间接增强企业产品竞争力的作用。具体到浦发银行兰州分行，为了增强其个人理财产品的竞争力，需要加大对良好企业文化的培育力度。为此，首要任务在于观念的创新与提升，企业文化的形式与企业价值观的塑造紧密相连。为了凸显独特性，必须通过严谨的调研来规划企业文化的发展路径；其次，企业文化的建设是一个循序渐进的过程，是需要长时间的积淀，关乎企业的生存命脉，融入了经营哲学，体现在员工的日常行为中。因此，应以长远视角来培养和塑造企业文化，切实推进其落地生根。企业文化建设是一项全局性的任务，要求按照浦发银行兰州分行个人理财产品业务的战略方向和经营理念，精心设计并执行文化规划，使之融入企业管理的每一个环节。全体员工需凝聚共识，提升对企业文化建设的自我意识和积极性，使企业文化成为企业在市场竞争中保持领先、永葆

生机的源源动力。企业文化并非孤立的项目，而是一个全面且系统的工程。只有当所有员工的思想统一，形成共享的价值观，才能真正激活企业文化的力量。这种力量应当成为推动企业参与竞争，保持优势，激发创新活力的持久动力源泉。因此，浦发银行兰州分行应致力于营造良好的企业文化氛围，时刻保持企业活力。

5.1.5 提升银行综合实力

通过分析银行个人理财产品的竞争力，可以得出这样的发现，其产品综合实力的权重是 18.88%，对竞争力的影响较大，这表明对于浦发银行兰州分行而言，为了提升个人理财产品竞争力，问题的关键在于增强其建设力度。

提升银行盈利水平。浦发银行兰州分行应当重视自身建设，为此，需要重点关注三个指标，依次是盈利指标、利润指标以及不良贷款指标，对于前两个指标，应当通过采取多项措施，提高盈利水平与利润水平，而对于后一个指标，则应当通过采取措施，降低其比重。对于商业银行的利润来说，其来源是存款业务与贷款业务的利息差，因此，商业银行应当尽可能发展其存贷款业务；

加大对个人理财产品业务支持。对于银行来说，在制定政策的过程中，对个人理财产品的政策性应较高。不可忽视的是，作为发行理财产品的商业银行，综合实力对产品竞争力具有关键影响。而且在产品构思、设计、推广等各个阶段，都需要银行的全力配合，增加资本和人力资源的投入，使银行的综合优势在产品开发和营销策略中得以展现。审视个人理财市场的竞争格局，个人理财产品之间的角逐实质上反映了银行整体实力的比拼。在理财市场竞争中，银行应选择牺牲自身的部分利润，以提高客户的回报，甚至在特定状况下补偿客户可能的风险损失，以此争取客户忠诚度和扩大市场份额。这鲜明地表明，增强银行的整体实力对于提升产品竞争力具有至关重要的作用。

加强对银行自身品牌的宣传。浦发银行兰州分行需强化其品牌影响力，致力于提高客户对其个人理财产品的认知。鉴于其个人理财产品的广泛受欢迎，包括品种繁多的短期、中期至长期投资选择，涵盖了保本保收益、保本浮动收益以及非保本浮动收益等多种类型，且在兰州及甘肃地区备受青睐。浦发银行兰州分行应将品牌战略作为核心驱动力，强化营销策略的执行，着重提升营销团队的专业素养和协作效能。以市场为导向，灵活调整产品设计，提供定制化服务，构建线

上线下无缝衔接的全方位营销网络，包括实体柜台、数字化平台如网上银行和移动银行。以品牌建设为核心策略，银行应提升销售能力，同时加强员工素质和团队建设。为满足不同市场客户的需求，银行需改进产品设计并提供定制化服务。通过构建涵盖实体柜台、网上银行和移动银行的多元销售渠道，浦发银行兰州分行力求为客户提供专业、个性和全面的高品质金融服务。

5.2 实施保障

5.2.1 组织保障

优化投资决策流程。目前，负责开发产品的主体是金融市场部门，而在进行产品开发的过程中，其实高度重视风险问题的，以 A 银行为例，其投资委员会在进行相关决策的过程中，也偏向批准低风险项目，间接引发了产品多样性和回报率较低的状况。审视投资决策过程，浦发银行兰州分行的流程过于冗长，难以适应金融市场瞬息万变的特性。因此，浦发银行兰州分行应考虑授予理财管理部门更大的决策自主权，适度提升风险承受能力，并精简投资决策流程。为了提升竞争力，浦发银行兰州分行需持续投入资金，确保有足够的资源来推动理财产品的差异化创新和研发。在转型期间，应增加理财部门的预算，并设立营销绩效奖励机制，以加速产品的市场推广。若浦发银行兰州分行未能提供必要的资金支持，可能会面临资金匮乏的挑战，因此资金保障是提升浦发银行兰州分行个人理财产品竞争力主要保障措施之一。

完善考评体系建设。对于本文所选取的案例银行来说，其个人理财部门目前存在的主要问题在于动力不足，具体来说，如果其产品业绩较为不错，部门员工也不会得到激励；但是如果出现了亏损情况，管理部门及个人则需承担内部文责。现有的体系未能有效推动理财部门进行独立投资以创造利润，浦发银行兰州分行可以考虑效仿公募基金的投资经理责任制，让每位投资经理对其管理的基金全权负责，并赋予更大的决策自由度和多元化的投资策略，制定更开明的激励制度。此外，浦发银行兰州分行亟需完善理财产品的信息披露机制，具体来说，应当每隔一段时间向客户告知产品的收益，在此基础上，也就可以起到促使经理维护客户权益的作用。

5.2.2 技术保障

提高系统支撑水平。浦发银行兰州分行需着力提升人力资源建设，同时关注并融入互联网、大数据以及人工智能等领域的前沿动态，利用金融科技的多元融合，开发出创新的金融产品，打造智能资产管理平台。金融科技的持续进步为银行理财业务开辟了更广阔的领域。如今，科技实力已成为评估理财业务效能的关键标准，增强科技应用无疑将有力推动浦发银行兰州分行个人理财产品的竞争力。因此，浦发银行兰州分行应深度认同科技驱动业务发展的重要性，增加科技投入，及时引进资产管理及风险管控系统。

提高线上服务水平。浦发银行兰州分行需持续强化其数字化转型策略，致力于提升在线服务平台的效率与创新，构建一个前沿的消费与产品推广枢纽，驱动线上服务模式的革新，以推动个人理财产品的高效推广与市场渗透。此外，兰州分行应建立智能化运营网络和移动业务平台，转变传统的实体营销方式，发掘新的客户获取途径和营销策略，并通过差异化的竞争优势，显著扩大市场份额。

5.2.3 人才保障

加强人才引进。根据前文表述可知，人才是活力来源，在进行本研究的过程中，还分析了国外金融机构的人才模式，并且得出了这样的发现，国外顶尖金融机构都在人才培养方面取得了优异表现，以摩根大通为例，其投资人员都擅长于编程。反观国内，一些大型且知名度日益增长的理财机构已构建起以市场化招聘为主力的研究团队，专注于多元资产投资及理财产品创新。对于浦发银行兰州分行而言，若欲在理财业务上取得显著发展，关键在于人才引进。市场化的人才引入策略将有力提升该行的研究与投资能力。在理财产品投资、策划和创新的过程中，应高度重视知识资本的价值。因此，浦发银行兰州分行应提供更具吸引力且有效的薪酬体系及职业发展路径，以期招聘到更多的优秀人才加入公司团队。

加强人员培训。经过资管新规过渡期的洗礼，浦发银行兰州分行的团队对相关政策及监管规定有着深入的理解，期间积累的丰富经验为该行个人理财业务的转型奠定了牢固的基础。鉴于银行业理财市场及资产管理行业的动态性，为了使员工能迅速适应市场变化，定期进行专业培训至关重要，以借鉴并学习最佳实践。

培训应依据兰州分行的转型策略，量身定制内容。建议加大培训力度，及时掌握最新动态，了解理财业务的核心，并熟知浦发银行兰州分行理财产品的特点。在此基础上，也就可以起到提升客户理财素养，增强工作人员专业能力的作用，这样也可以为分行的长远发展注入更强动力。

6 结论与展望

6.1 研究结论

本文基于国内外研究成果对浦发银行兰州分行个人理财产品竞争力进行评价分析，以熵权-TOPSIS，通过问卷调查的方式，构建个人理财产品竞争力评价指标体系，对指标进行权重计算，在此基础上，可以得到如下结论：

首先，对于银行发行的个人理财产品，其是满足潜在客户需求的。在国内经济环境日益稳固的形势下，投资者的金融知识不断丰富，理财意识也有了显著转变，对个性化理财产品的需求日益增长。国内的个人理财产品市场普遍存在同质化问题，此外，个人理财产品发行的主体仍然是国有银行以及股份制银行。然而，大部分投资者在挑选理财产品时表现出盲目性，缺少必要的专业认知。因此，建立更为完善的理论框架或评估体系以指导投资者做出理性选择显得至关重要。

其次，为了进行本研究，大量翻阅了相关文献资料，通过汲取前人的研究成果，构建了个人理财产品竞争力评价体系，关于构建本体系的过程，其顺序依次是初选指标、二次选择、对指标进行分类、量化指标、确定指标权重。最后，关于本研究选取的指标，共计五个，也就是收益性指标、风险性指标、产品营销指标、产品管理指标，以及商业银行综合实力指标，通过运用以上指标，构建了相应的评价体系，这也就为分析银行相关产品的竞争力提供了有力支撑。

第三，研究得出浦发银行兰州分行个人理财产品竞争力的定性、定量结论。通过对几种常见的、典型的综合评价方法进行分析比较，选择了适合论文个人理财产品竞争力评价研究的熵权-TOPSIS 法，并详细介绍了这种方法的基本原理及分析过程，然后应用熵权-TOPSIS 法，通过 MATLAB 软件对五家商业银行兰州分行个人理财产品竞争力进行评价。从评价结果看，浦发银行兰州分行个人理财产品竞争力一般。

6.2 研究展望

对于本研究，运用了案例分析法，所选取的案例即为浦发银行兰州分行，综合探究了银行的个人理财产品竞争力，为了进行本次研究，还参考了现有相关理

论，例如生命周期理论、投资组合理论，从五个视角出发构建了个人理财产品竞争力评价指标体系。此外，还建立了竞争力评价模型，为了构建本模型，所运用的方法即为熵权-TOPSIS 法。最后，为了实现对本银行个人理财产品的深入分析，还尽可能收集更多相关数据，通过比较本银行与其他银行的相关数据，从而对比了不同银行之间的产品竞争力，在此基础上，得出了相应结论。但是值得注意的是，在收集数据资料的过程中，也受到一定阻碍，而且笔者的专业素养仍然不足以完成更为细致的分析，因此，本文得出的研究结论仍然有待完善，希望研究者在进行相关研究的过程中，可加以改进。

参考文献

- [1] C.K.Prahaladl.The Core Competence Of the Corporation[J].HarvardBusiness Review, May-June,2008,11(8):79-93.
- [2] Kedar Bhatt. Measuring service fairness and its impact on service quality and satisfaction: a study of Indian Banking Services[J]. Journal of Financial Services Marketing, 2020, 25(4):35-44.
- [3] Pushpendra Misra,Priyanka Awasthi. Income Diversification and Its Impact on Competitiveness, Profitability and Risk of a Commercial Bank-A Case Study of Union Bank of India[J]. Dynamics of Public Administration, 2017,34(2):229-243.
- [4] Arthur J. Lin,Hai-Yen Chang.Improving Service Quality of Wealth Management Bank for High-Net-Worth Customers During COVID-19: A Fuzzy-DEMATEL Approach[J]. International Journal of Fuzzy Systems,2021,22(13):90-92.
- [5] Anil Perera. Determinants of commercial bank retail interest rate adjustments: Evidence from a panel data model[J].Wickramanayake.Journal of International Financial Markets, Institutions & Money,2016,4(21):1023-1025.
- [6] Krzysztof Waliszewski.Financialization of The Economy and the Need for Personal Finance Advisory Services[J]. E-Finanse,2016,7(31):443-445.
- [7] Matthias Köhler.Does non-interest income make banks more risky? Retail- versus investment-oriented banks[J]. Review of Financial Economics,2014,4(21):2213-2215.
- [8] Chien-Chiang Lee.Non-interest income, profitability, and risk in banking industry: A cross-country analysis[J].North American Journal of Economics and Finance,2014,19(21):43-45.
- [9] Liudmyla.Method of Fuzzy Regression Model of Bank Competitiveness[J].Journal of Central Banking Theory and Practice,2018,7(2):139-164.
- [10] Anindra Kumar Haldar. An assessment of service quality: a study on retail banking services of India post[J]. TRANS Asian Journal of Marketing & Management Research (TAJMMR), 2017,6(9):16-32.

- [11] Lyudmyla Malyarets,Oleksandr Dorokhov. Obtaining a Generalized Index of Bank Competitiveness Using a Fuzzy Approach[J]. Journal of Central Banking Theory and Practice, 2019, 8(1):163-182.
- [12] 朱虹.基于 AHP-模糊综合评价法的商业银行信用风险评估模型研究[J].智能计算机与应用 2020,10(04):144-147.
- [13] 张颖超,孙英隽.上市商业银行竞争力评价研究[J].生产力研究, 2019,21(12):39-41+149.
- [14] 洪俊国.商业银行基层网点综合营销能力提升研究[J].商业经济, 2018,18(12):142-144.
- [15] 刘伟,左鹏飞.风险态度异质性对投资行为的影响——基于商业银行理财产品的选择实验[J].广东财经大学学报,2019,9(11):209-212.
- [16] 陈燕玲,贺沁雪.金融科技对区域性银行竞争力的影响研究[J].新疆财经大学学报,2022,7(04):47-55.
- [17] 单卫民,秦婕等.商业银行网点竞争力评价体系构建与应用[J].金融纵横,2020,17(7):7-9.
- [18] 邓红征.中小商业银行核心竞争力的结构与提升途径[J].生产力研究,2010,10(8):3-5.
- [19] 段兵.银行理财子公司核心竞争力的塑造[J].中国银行业,2021,5(10):24-27+6.
- [20] 李瑾.商业银行基层网点的竞争力评价体系及发展转型研究[J].金融监管研究,2018,18(06):20-22.
- [21] 李科.浅谈县域小型网点竞争力水平的提升路径——基于某商业银行 22 家县域王点数据[J].现代经济信息,2019,5(23):32-34.
- [22] 杨省贵,高阳,司瑞玲.基于价值链理论的航空公司核心竞争力构建研究[J].管理工程师,2020,25(01):3-10.
- [23] 张长征,陈睿启.绿色信贷对商业银行核心竞争力的影响[J].财会月刊,2023,44(16):128-137.
- [24] 樊业辉.“互联网+”背景下个人理财业务营销对策分析——以商业银行理财产品为例[J].中国农业会计,2024,34(03):99-101.

- [25] 谢玮.利率“新趋势”银行理财如何“变奏”? [J].中国经济周刊,2024,13(01):73-75.
- [26] 许桂红,孙晓蕊.我国商业银行竞争力评价研究[J].现代商贸工业,2021,42(19):89-90.
- [27] 李静芳.我国商业银行竞争力分析及提升策略[J].环渤海经济瞭望,2024,13(02):20-23.
- [28] 张伟.基于乡村振兴背景下的农村金融服务研究——以中原银行惠农网点为例[J].农业与技术,2021,41(15):160-162.
- [29] 马琴,孟勇.企业文化、环境战略与企业竞争力[J].财会通讯,2021,18(12):4-6.
- [30] 杜媛媛.浅论核心竞争力观念对当代企业管理理念的影响[J].商场现代化,2021,17(16):33-35.
- [31] 岳小勇,陈越峰,卢岩等.商业银行网点资源禀赋与经营效能分析[J].金融纵横,2021,18(12):6-10.
- [32] 王珏.资管新规下银行理财产品的转型策略[J].投资与合作,2021,11(01):60-61.
- [33] 张坤.邮政储蓄银行个人理财产品满意度影响因素分析研究[D].天津财经大学,2024:2-3.
- [34] 王去非.城市商业银行竞争力影响因素研究——基于跨区域经营、特色化经营和金融市场参与度三个维度[J].浙江金融,2018,8(05):3-12.
- [35] 赵碧莹.中国商业银行竞争力评价与影响因素研究[J].金融监管研究,2019,7(13):67-68+70.
- [36] 杨望,赵璐菁.银行理财投资新策略[J].金融博览(财富),2019,23(13):287-290.
- [37] 杨威.互联网金融理财产品使用的影响因素探析[J].中国商论,2019,15(21):980-983.
- [38] 孙苏卉.关于提升商业银行个人理财产品竞争力的路径[J].现代金融,2018,33(23):1080-1083.
- [39] 杨子龙.基于经济学分析互联网金融的核心竞争力[J].时代金融,2018,12(3):476-478.
- [40] 侯志铭,张海涛.我国商业银行个人理财产品创新研究[J].中国管理信息

化,2018,9(14):987-989.

[41] 彭园园. 国内和国外商业银行个人理财产品发展概况 [J]. 中国市场,2019,19(34):760-762+764.

[42] 梁文侨,杨鹏. 因子分析法对我国农村商业银行竞争力的研究 [J]. 辽宁工业大学学报(社会科学版),2019,19(17):879-882.

[43] 张红兵. 我国商业银行个人理财产品的现状、问题及对策 [J]. 河北企业,2019,24(27):476-478.

[44] 张俊永. 新形势下银行如何提高核心竞争力 [J]. 现代经济信息,2019,12(28):536-538.

[45] 李娇娇. 互联网金融时代个人理财资产组合设计研究 [J]. 现代经济信息,2019,13(5):68-70.

[46] 赵彦芳. 浅谈我国商业银行个人理财业务的发展 [J]. 现代经济信息,2019,12(10):342-344.

[47] 李燕,李坛. 基于 STP 理论的商业银行个人理财产品营销策略 [J]. 辽宁开放大学学报,2023,11(01):75-78.

[48] 王竞以. 互联网金融下加强银行财务风险管理的建议对策 [J]. 大众投资指南,2020,8(10):21-23.

[49] 刘璐. 互联网金融背景下商业银行个人理财业务发展的新思考 [J]. 现代营销(下旬刊),2018,8(32):378-381.

[50] 高瑞. 关于我国银行个人业务营销策略的研究 [J]. 成功营销,2018,6(21):564-566.

[51] 杜珂,李美娟. 我国商业银行个人理财业务的风险控制研究 [J]. 商展经济,2020,24(13):37-40.

[52] 武玉龙. 商业银行个人理财业务发展的现状及策略 [J]. 今日财富,2019,22(21):29-31.

[53] 孙赫,任金政. 基于风险感知-价值感知双准则的个人互联网理财行为研究 [J]. 经济经纬,2019,36(05):151-157.

[54] 钱玉文,吴炯. 论商业银行适当性义务的性质及适用 [J]. 湖南社会科学,2019,12(04):64-73.

附录 1：个人理财产品指标调查问卷

亲爱的朋友：

您好！非常感谢您在百忙之中参与本次问卷的调查。本次调查的目的是了解浦发银行兰州分行个人理财产品情况。根据您对个人理财产品的认识和理解，选择最符合您内心想法的答案即可。答案选项有重要、较重要、一般、较不重要和不重要五项，分别用 1、2、3、4、5 代替。具体如下：

指标	答案选项	指标	答案选项
年化收益率		工作人员职业操守	
顶计到期收益率		服务的满意度	
超额到期收益率		团队效率	
本金保障		市场份额	
投资方向		产品的规模	
产品过往收益		产品知名度	
净收益增长率		产品创新性	
销售费		产品营销流程	
托管费		产品的市场定位	
管理费		产品组合	
利率风险		产品价格	
外汇风险		产品的销售渠道	
操作风险		产品的促销手段	
流动性危机		银行利润	
违约风险		银行总资产	
通货膨风险		银行总负债	
政策风险		存贷率	
信息传递风险		拆借资金比	
不可抗力风险		个人理财业务发展情况	
领导能力		银行的竞争优势	
管理创新能力		上市情况	

工作人员专业技能		未来的发展规划	
----------	--	---------	--

再次感谢您的参与!

附录 2：原始数据

收益类指标相关数据

	浦发银行	招商银行	民生银行	光大银行	中信银行
年化收益率 C11	0.2701	0.0301	0.3916	0.2858	1.0001
预计到期收益率 C12	0.9311	0.1725	0.5031	0.2401	0.1801
超额到期收益率 C13	0.4501	0.4445	0.1430	0.4139	0.2070
本金保障 C14	0.3701	0.3637	1.0001	0.3334	0.8890
投资方向 C15	1.0001	0.0001	0.7728	0.7956	0.8637

风险类指标相关数据

	浦发银行	招商银行	民生银行	光大银行	中信银行
利率风险 C21	0.2336	0.5715	0.5725	0.5587	0.2967
外汇危机 C22	0.3685	0.0910	0.2968	0.7913	1.0001
违约风险 C23	0.3277	0.3506	0.6185	1.2131	0.9343
流动性危机 C24	1.0601	0.1976	0.4311	0.9311	1.0001
操作风险 C25	1.5801	0.0592	0.8001	0.2501	0.5001

管理类指标相关数据

	浦发银行	招商银行	民生银行	光大银行	中信银行
领导能力 C31	0.7501	0.1863	0.9501	0.1668	0.3334
工作人员专业技能 C32	0.8001	0.2118	0.7501	0.5001	1.2201
工作人员职业操守 C33	0.1334	0.0009	0.2001	0.8001	1.0541
团队效率 C34	0.4974	0.2024	0.1668	1.4451	0.4001

产品营销类指标相关数据

	浦发银行	招商银行	民生银行	光大银行	中信银行
产品占有率 C41	0.7613	0.0493	0.6067	0.7301	0.6067

产品知名度 C42	0.6251	0.8183	0.8807	1.6501	0.7837
产品创新性 C43	0.5401	0.2983	0.2501	0.3916	1.0001
产品营销流程 C44	0.6668	1.0000	1.1501	0.3334	0.1203
产品规模 C45	0.7801	0.1186	0.3334	1.1301	0.6501

银行综合实力类指标相关数据

	浦发银行	招商银行	民生银行	光大银行	中信银行
总资产 C51	0.8377	0.9354	0.5647	0.8914	0.0403
总负债 C52	0.7451	0.2465	0.5149	0.3157	0.1289
利润 C53	0.1887	0.8438	0.7581	0.3809	0.1 854
存贷比 C54	0.8454	0.6773	1.0000	0.0758	0.0036
拆借资金比 C55	0.5234	0.4506	0.2344	0.1300	0.1360

致 谢

三年的时间匆匆而过，MBA 研究生求学即将结束。在这两年多的学习生活中，收获了很多，而这些成绩的取得离不开家人的支持，母校的培育，老师的教诲，领导的关心与同学的帮助。

在此首先感谢老师对我的悉心指导，正是因为有老师的指导，本论文才能完成至此。他认真负责、治学严谨、学识渊博，从选题、开题到论文的完成，都始终给予我很大的帮助与指导，再次感谢老师的帮助与支持。其次，感谢家人的支持、领导的关心与同学的帮助，正是他们的支持与鼓励，我才能克服一个一个困难和疑惑，也正是因为他们的帮助，才能够让我走到今天，请允许我再次向他们表示深深的感谢。

最后，诚挚地感谢母校的培养，从本科到 MBA 研究生，都是母校为我们搭建了成长的阶梯。感谢母校，愿母校越来越好，未来更加辉煌。