

一、研究背景与目的

随着金融市场的全面对外开放，银行业市场竞争愈加激烈，如何依据市场学科学理论，充分收集有关网点的市场数据，并对网点进行合理的布局 and 规划，将成为各商业银行提升自身形象、提高市场竞争力所面临的迫切问题和重大挑战。

本项目旨在通过对现有网点布局进行评估，并在郑州市区范围内发现、选取适合投放网点的预选区域，以便为郑州招商银行的网点投放、布局 and 规划工作提供决策依据。

二、定义研究问题

- ⇒ 对现有 9 家全功能营业网点布局进行科学评估
- ⇒ 在郑州市区范围内选取一定数量的适合投放不同类型网点的预选区域
 - 推荐 3-4 个全功能营业网点投放预选区域
 - 推荐 8-10 个离行自助网点投放预选区域

三、调查流程及内容

1、现有全功能网点分布合理性估评

以网点为中心，以 10 分钟步行距离为服务半径划定网点服务区域

现有 网点 评估	区域市场特征调查 (A)	U&A 研究 (B)	网点分布研究 (C)
	区域人口、年龄构成 (A-1)	顾客的满意度 (B-1)	网点人流量 (C-1)
	潜在客户数量估计 (A-2)	现有客户的职业、收入结构 (B-2)	品牌认知程度 (C-2)
	金融环境发展程度 (A-3)	现有客户消费行为特征 (B-3)	网点有效辐射范围 (C-3)
	区域财富聚集程度 (A-4)	顾客的意见和建议 (B-4)	网点服务区域交通状况 (C-4)
	区域竞争对手数量 (A-5)	竞争对手客户的态度 (B-5)	区域竞争对手网点分布位置 (C-5)

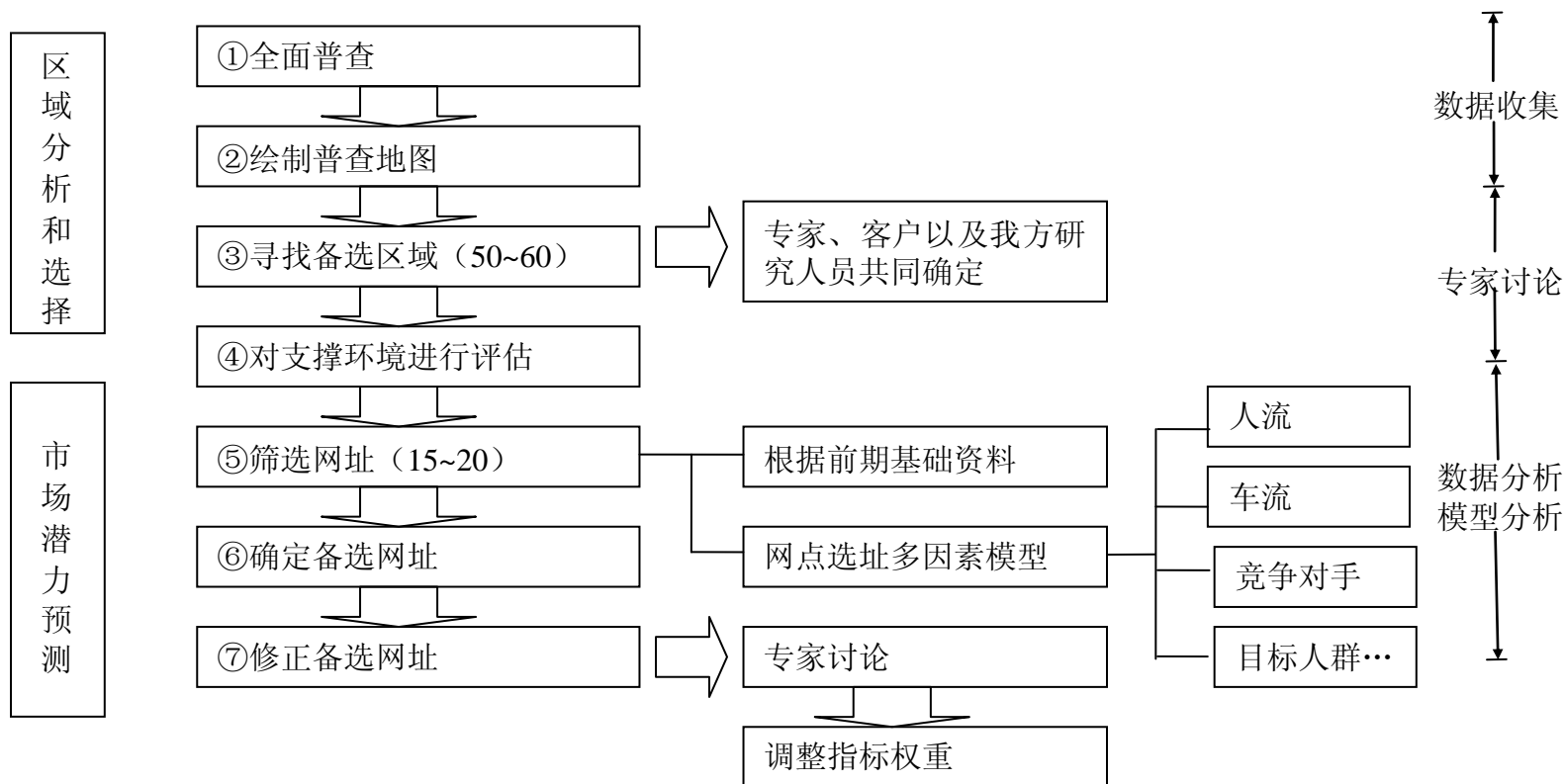
→ A 部分内容主要为了完善经济地理数据库，证明支撑银行网点的宏观因素，属于网点饱和度研究。

→ B 部分内容主要为了完善消费者研究访问表，证明区域内是否有足够多的消费人群，属于网点定位研究。

→ C 部分内容主要为了完善目标网点的数据库，测试网点投放的质量，属于立地条件的研究。

其中，A 和 B 两部分调查现有效益较差的网点的环境支撑，C 部分针对现有效益较差的网点进行监测并找出其中的问题，以上三部分指标数据证明了网点投放的合理程度。

2、新营业网点（含自助网点）选址研究部分



备注：普查内容包括人口数（户）、写字楼数（平方米）、商铺数（间）……；③-⑤验证选点的硬件支持，其中，③**综合现实客户的意见和建议**，⑤通过排序进行优选，并调查包括车流流向、地价等更为细致的内容。

网点选址多因素模型

