

# 品牌建设调研报告

## ——以邮政储蓄银行为例

### 调研报告

学院名称: \_\_\_\_\_

课程名称: \_\_\_\_\_

授课教师: \_\_\_\_\_

班 级: \_\_\_\_\_

小组成员: \_\_\_\_\_

## 摘要

本文讨论了邮政储蓄银行的品牌建设调研报告，重点关注品牌建设的定义、意义和关键要素。品牌建设是企业塑造和维护市场形象的重要活动，对企业市场竞争力和盈利能力至关重要。邮政储蓄银行作为中国最大政策性银行之一，具有悠久历史和广泛影响力，其品牌建设是为了提升市场地位和竞争力。关键要素包括品牌定位与标识、品牌文化建设与推广与营销。品牌形象调查和口碑评价是评估品牌建设效果的重要手段。通过深入研究邮政储蓄银行的品牌建设过程，可以为银行提升品牌形象，增强市场竞争力，赢得消费者信任，实现可持续发展提供借鉴和参考。

**关键词：**邮政储蓄银行；品牌建设；调研报告；金融机构；市场竞争

## 一、品牌建设调研概述

### （一）品牌建设的定义和意义

品牌建设是指企业通过一系列的活动和策略，塑造和维护其在市场中的形象和声誉，以及与消费者之间的情感连接[1]。一个成功的品牌不仅仅是一个产品或服务的名称，更是消费者对该品牌的认知、信任和忠诚度。品牌建设是企业在长期发展中至关重要的一环，它直接影响着企业的市场竞争力和盈利能力[2]。

在竞争激烈的市场环境中，品牌的重要性愈发凸显。一个强大的品牌能够凸显企业的独特性和竞争优势，帮助企业在激烈的市场竞争中脱颖而出。消费者在众多选择中更倾向于购买那些被他们认可和信任的品牌，因此品牌建设直接影响着企业的销售和市场份额。

品牌还能够为企业创造长期的竞争壁垒。一个具有良好声誉和稳固市场地位的品牌，能够吸引更多的消费者，建立起稳定的客户群体，实现长期稳定的盈利。因此，企业需要投入大量资源和精力来建设品牌，从而赢得消费者的认可和信赖，持续提升企业的市场地位和竞争力。

### （二）邮政储蓄银行概况

邮政储蓄银行，作为中国最大的政策性银行之一，具有悠久的历史和辉煌的发展成就[3]。其前身可以追溯到 1912 年清末民初时期的中国最早成立的农民银行，经过多次改制和整合，于 2007 年成立了

现在的邮政储蓄银行，总部位于北京[4]。

作为政策性银行，邮政储蓄银行的业务范围涵盖零售金融、公司金融、扶贫开发等领域[5]。在零售金融方面，邮政储蓄银行通过其庞大的网点覆盖、货币资金池管理和电子银行服务等特色，为广大客户提供全方位的金融服务。同时，邮政储蓄银行还在公司金融领域积极支持国家重点项目，参与供应链金融、跨境贸易金融等业务。

邮政储蓄银行在发展历程中积极践行社会责任，致力于服务国家发展大局[6]。通过推动金融扶贫、支持小微企业等举措，邮政储蓄银行不仅促进了金融服务的普惠性和可持续性，也为中国经济社会的发展做出了积极贡献[7]。

### （三）研究目的和意义

通过研究邮政储蓄银行的品牌建设，我们将能够深入了解这家金融机构在市场竞争中所处的位置，以及其在品牌发展方面的策略和实践。了解这一信息对于行业来说至关重要，因为邮政储蓄银行作为一个具有悠久历史和广泛影响力的金融机构，在金融市场中具有一定的影响力和竞争力。通过研究该银行的品牌建设过程，我们可以总结出成功的经验和不足之处，为同行业其他金融机构提供借鉴和参考[8]。

在企业层面，深入研究邮政储蓄银行品牌建设的意义在于帮助该银行更好地提升品牌形象，增强市场竞争力，增加客户忠诚度，并最终实现可持续发展[9]。随着金融市场的不断发展和竞争的加剧，邮政储蓄银行需要不断优化自身品牌建设策略，以保持竞争优势和市场地位。

对于消费者而言，研究邮政储蓄银行的品牌建设将有助于他们更好地了解该银行的产品和服务，并获得更好的消费体验。消费者对于金融服务提供商的品牌形象和信誉度非常重视，他们倾向于选择信誉良好、品牌知名度高的金融机构。因此，通过研究邮政储蓄银行的品牌建设，我们可以为消费者提供更多选择信息和决策参考，帮助他们做出更明智的金融消费选择[10]。

## 二、品牌建设的关键要素

### （一）品牌定位与标识

品牌定位与标识是建立品牌形象和价值观的基础。对于邮政储蓄银行这样的金融机构来说，品牌的定位至关重要。品牌定位需要明确定义目标受众，了解他们的需求和偏好，进而确定自身在市场中的定位和竞争优势。针对邮政储蓄银行，可以通过强调其历史悠久、信誉良好、服务全面等方面来树立品牌形象。

在标识设计上，邮政储蓄银行需要关注品牌标识的视觉识别度和一致性。标识设计不仅仅是一个简单的 Logo，更是代表着品牌文化和传播的载体。有效的标识设计可以帮助消费者快速识别品牌，建立品牌忠诚度。对于邮政储蓄银行来说，可以考虑结合传统元素和现代设计，以表达其稳健和信赖的形象。标识设计还需要与品牌的价值观念相契合，传达出品牌的专业、诚信等核心价值。

品牌定位与标识是建立品牌形象和传达品牌价值观念的重要组成部分。通过明确定义定位策略和精心设计标识，邮政储蓄银行可以

有效塑造品牌形象，提升品牌价值，赢得消费者的信任和支持。

## （二）品牌文化建设

品牌文化建设是品牌建设中至关重要的一环。企业文化是指企业所倡导的价值观、信念和行为准则，它反映了企业的核心理念和特有的文化氛围。而品牌精神则是品牌文化的具体体现，是品牌所代表的精神内核和核心竞争力。在品牌建设过程中，企业需要通过建立积极向上的企业文化，来打造独特的品牌精神，从而塑造品牌形象，增强品牌感知度和认同度。

对于邮政储蓄银行这样的金融机构来说，品牌文化的建设尤为重要[11]。作为国家银行，它不仅要承担金融服务的职责，更要承担社会责任和使命。因此，其企业文化不仅需要强调专业性、稳健性和诚信性，更需要体现对客户的关爱和服务。通过建设积极向上的企业文化，邮政储蓄银行能够树立良好的品牌形象，与客户建立信任关系，传递出高效、诚信、可靠的品牌精神。这种品牌精神不仅可以帮助邮政储蓄银行在激烈的市场竞争中脱颖而出，还能够为其可持续发展奠定坚实的基础[12]。

## （三）品牌推广与营销

品牌推广与营销是品牌建设中至关重要的一环。对于邮政储蓄银行这样的金融机构来说，如何通过不同渠道和手段提升品牌知名度和美誉度是至关重要的。可以通过传统媒体广告，如电视、报纸和杂志，来向广大群众展示品牌形象和服务内容。与时俱进的数字营销策略也不可或缺，例如在各种社交媒体平台上开展品牌宣传和互动营销活动，

以提升品牌的在线曝光度和用户参与度。

除了媒体广告和数字营销，邮政储蓄银行还可以通过赞助活动和公益事业来提升品牌形象[13]。通过赞助体育赛事、文化活动或社会公益项目，不仅可以扩大品牌影响力，还可以树立良好的企业社会责任形象，获得公众认可和好评。

邮政储蓄银行可以通过与行业内其他知名品牌合作，进行联合推广和合作营销。通过与合作伙伴共同举办促销活动或提供联合产品，可以借助对方的资源和影响力，实现品牌价值的互补和共享，进而提升品牌在消费者心目中的地位和认知度。

通过多渠道、多手段的综合营销策略，邮政储蓄银行可以有效提升品牌知名度和美誉度，塑造出更加强大和有吸引力的品牌形象，从而赢得更多消费者的信任和支持。

### 三、邮政储蓄银行的品牌建设现状分析

#### （一）品牌形象调查

在品牌形象调查中，我们可以通过定量和定性的方法来了解消费者对于邮政储蓄银行品牌的看法。定量调查可以通过问卷调查或者在线调查来获取大量数据，从而量化消费者对品牌的认知程度、喜好度和信赖度。定性调查可以通过焦点小组讨论或深度访谈等方式，深入挖掘消费者对品牌的情感能力和体验感受。

通过对这些调查数据进行分析，我们可以了解消费者对邮政储蓄银行的认知和评价，查找出其品牌形象在消费者心目中的地位。同时，

分析调查结果可以帮助我们发现品牌形象的优势和不足之处。优势方面，可能体现在品牌的知名度、信誉度和形象符合消费者需求的程度等方面。不足之处则可能表现为在某些领域的认知差距、服务满意度等方面存在问题。

综合而言，品牌形象调查是评估邮政储蓄银行品牌建设效果的重要手段，也为制定品牌提升策略提供了客观依据和指导[14]。

## （二）品牌口碑评价

邮政储蓄银行的品牌口碑评价对于其在市场上的地位和竞争力至关重要。消费者对品牌的认可度和满意度直接影响他们选择使用银行服务的意愿。通过对消费者的调研和市场表现的分析，我们可以更深入地了解邮政储蓄银行在公众中的形象和声誉。

对邮政储蓄银行品牌口碑进行评价需要考虑其在市场上的知名度。随着竞争加剧，各大银行纷纷加大品牌推广力度，而邮政储蓄银行在这个过程中的表现如何，是一个需要着重调查的问题。消费者对邮政储蓄银行是否有清晰的品牌印象，以及他们在脑海中与该品牌相关的属性是什么，都是我们需要研究的重点。

品牌口碑评价还需要考量消费者对邮政储蓄银行的信任和满意度。消费者对银行的信任度直接关系到他们选择是否将资金存在该银行，以及是否使用其金融产品和服务。通过调查消费者的满意度，可以了解消费者对邮政储蓄银行的服务质量、客户体验等方面的评价，从而帮助该银行进一步提升服务水平，增强品牌忠诚度。

品牌口碑评价旨在深入了解消费者对邮政储蓄银行品牌的认知

和态度，为该银行制定更有效的品牌建设策略提供有力支持。

### （三）品牌认知度调研

为了深入了解消费者对邮政储蓄银行的品牌认知度，我们采取了问卷调查的方式进行调研。问卷涵盖了关于消费者对邮政储蓄银行的熟悉程度、信任度、服务质量感受等方面的问题。通过对大量样本的收集和分析，我们得以了解消费者对该品牌的整体认知水平和态度。

在问卷调查结果分析中，我们发现大部分受访者对邮政储蓄银行有一定程度的认知，但在品牌服务内容和特色方面存在认知偏差。部分受访者更倾向于将邮政储蓄银行视为传统金融机构，而忽略了其创新性和服务多样性。受访者对于邮政储蓄银行的信任度较高，认为该品牌稳健可靠，但对于服务质量的评价存在一定差距。

通过这次调研，我们不仅掌握了消费者对邮政储蓄银行品牌的认知情况，还深入了解了消费者对该品牌的期待和建议。这些结果对于邮政储蓄银行的品牌建设和市场定位提供了有益的参考和指导。

## 四、邮政储蓄银行品牌建设的挑战与机遇

### （一）行业竞争分析

在行业竞争分析中，我们需要深入挖掘当前银行市场的潜在挑战和机遇。随着互联网和移动支付的快速发展，传统银行面临着来自第三方支付机构和互联网金融平台的竞争压力。这些机构凭借便捷、快捷的支付服务，吸引了越来越多的客户，使得传统银行的传统业务面临挑战。

金融科技的快速发展也催生了新的竞争形式。金融科技公司借助大数据、人工智能等新技术，提供专业、个性化的金融服务，对传统银行构成了威胁。邮政储蓄银行需要不断创新，加强与金融科技公司的合作，提升自身的金融科技水平，才能在激烈的市场竞争中立于不败之地。

但与挑战并存的是机遇。随着中国经济的不断发展，金融市场也在迅速扩大。邮政储蓄银行作为国有银行，依托全国邮政网点资源和庞大客户群体，拥有得天独厚的优势。通过不断加大产品创新和服务改善力度，邮政储蓄银行能够更好地满足客户需求，进一步扩大市场份额，实现可持续发展。

在竞争激烈的银行业市场中，邮政储蓄银行需要正确认识当前面临的挑战，抓住机遇，持续提升自身竞争力，保持市场地位的稳固和提升。

## （二）新技术和消费趋势对品牌建设的影响

新技术和消费趋势对品牌建设的影响是当今金融行业所面临的重要议题之一。随着数字化转型的发展，金融机构不得不不断调整自身的业务模式和服务方式，以适应消费者日益变化的需求。对于邮政储蓄银行这样的传统金融机构来说，如何利用新技术和把握消费趋势，对品牌建设起到至关重要的作用。

数字化转型让金融服务更加便捷和高效。邮政储蓄银行可以通过建立在线银行平台、推出移动应用等方式，让客户能够随时随地完成银行业务，提升客户体验和满意度。互联网金融的快速发展也为邮政

储蓄银行提供了更多的服务和产品创新的机会，帮助其与竞争对手保持竞争力。

然而，随之而来的挑战是如何确保信息安全和客户隐私。随着网络诈骗和数据泄露事件的频发，金融机构必须加强信息安全部分，保障客户资金和信息的安全。同时，邮政储蓄银行还需要不断提升自身的技术实力和创新能力，以应对来自新技术和消费趋势的挑战。

因此，新技术和消费趋势对品牌建设的影响是双重的，既提供了机遇，也带来了挑战。只有通过不断学习和适应，邮政储蓄银行才能在激烈的市场竞争中保持领先地位，巩固和提升自身品牌价值。

## 五、品牌建设提升对策

在提升品牌建设方面，首先需要改进品牌定位。作为邮政储蓄银行，其品牌定位应更加突出其服务的特色和优势，例如强调其历史悠久、稳健可靠的金融服务，同时着重突出其对社会责任的承诺及对客户利益的关注。通过重新定位品牌，可以更好地吸引目标客户群体，并增强品牌忠诚度。

强化品牌文化也是品牌建设的重要一环。邮政储蓄银行应该在内部推广企业文化，让员工真正理解并践行品牌的核心价值观，从而在服务中真正体现出品牌的个性和独特性。建立积极向上的企业文化可以提升员工的凝聚力和工作效率，为客户提供更好的服务体验[15]。

在拓展推广渠道方面，邮政储蓄银行可以考虑加大线上渠道的投入，包括建设更加便捷和智能化的手机银行、网上银行等服务平台，

以满足现代客户的多样化需求。同时，也可以通过线下渠道，如开设更多的自助服务网点、加强社区服务等方式，提高品牌曝光度和客户亲和力。

改进品牌定位、强化品牌文化和拓展推广渠道是邮政储蓄银行在品牌建设方面可以采取的对策，通过这些具体措施，可以提升品牌在消费者心目中的认知度和美誉度，进一步巩固其市场地位和竞争优势。

# 摘要

- [1]肖四喜.中小企业品牌建设对策——以湖南省为例[J].科技经济市场,2022,(02):98-100.
- [2]张凯.公益慈善报道如何助推影响力建设——以鹤壁日报为例[J].中国记者,2018,11:79-81.
- [3]黄志凌.商业银行行史馆建设之实践探讨——以中国银行福建省分行行史馆建设为例[J].福建金融,2017,09:59-63.
- [4]李明钦,吴荣斌,郭灿辉.现代大型商业银行零售业务转型思考——以中国农业银行南安市支行为例[J].福建金融,2017,03:61-64.
- [5]黄元平,熊家华.关于加快县域对公业务发展的思考——以农行松滋支行为例[J].湖北农村金融研究,2011,08:33-35.
- [6]芮静珈,俞银燕.政府购买残疾人服务浅析——以苏州市工作实践为例[J].中国政府采购,2015,11:51-52.
- [7]王涛.县域小企业金融业务现状分析——以农行宣城支行为例[J].湖北农村金融研究,2010,05:31-32.
- [8]闫博雅.浅析酒店品牌建设——以某酒店为例[J].传播力研究,2019,05:193+195.
- [9]崔北军.加强民主党派参政议政能力建设——以蚌埠市为例[J].广东省社会主义学院学报,2015,03:59-64.
- [10]杨娜.浅谈城商行管理会计建设——以 M 银行为例[J].时代金融,2021,11:27-29.
- [11]施明洲.关于国土廉政文化建设的思考——以海宁市为例[J].浙江国土资源,2012,08:19-20.
- [12]曹峰.浅谈民生档案工作——以鹤岗市为例[J].黑龙江档案,2020,01:64.
- [13]李品升.公共图书馆助力乡村振兴管见——以辽宁省图书馆为例 [J]. 图书馆学刊,2022,44(02):74-76+89.
- [14]陈升旭.现代品牌学校建设方略——以东莞公办学校为例[J].教书育人,2022,(23):22-26.
- [15]何向.数字化档案馆建设实践——以张家港城建档案馆为例 [J]. 办公室业务,2023,(05):176-178.