


银行软实力

THE BANK SOFT POWER

张 望◎著

银行竞争，实力是硬道理。本书是一本关于银行竞争力研究和便于操作实践的参考书！观念决定命运，思路决定出路。在当下银行竞争日趋激烈的环境下，适应形势，与时俱进，转变观念，更新理念，是银行各级管理人员基础性和首要的必修课。本书在国内首次运用软实力理论，从11个方面对银行软实力的理论和实践进行了梳理解答。

 中国金融出版社

银行软实力

THE BANK
SOFT POWER

张望◎著

 中国金融出版社

责任编辑：张 铁

责任校对：李俊英

责任印制：陈晓川

图书在版编目 (CIP) 数据

银行软实力 (Yinhang Ruanshili) / 张望著. — 北京: 中国金融出版社, 2014. 1

ISBN 978 - 7 - 5049 - 7252 - 1

I. ①银… II. ①张… III. ①银行业—经济发展—研究—中国
IV. ①F832

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 313226 号

出版 **中国金融出版社**

发行

社址 北京市丰台区益泽路 2 号

市场开发部 (010)63266347, 63805472, 63439533 (传真)

网上书店 <http://www.chinafph.com>

(010)63286832, 63365686 (传真)

读者服务部 (010)66070833, 62568380

邮编 100071

经销 新华书店

印刷 利兴印刷有限公司

尺寸 169 毫米 × 239 毫米

印张 23.5

字数 370 千

版次 2014 年 1 月第 1 版

印次 2014 年 1 月第 1 次印刷

定价 50.00 元

ISBN 978 - 7 - 5049 - 7252 - 1/F. 6812

如出现印装错误本社负责调换 联系电话 (010) 63263947



序 言

1. 这是一本关于银行竞争力研究和便于操作实践的参考书。

在开放和市场化环境下，银行中高层管理人员在同业激烈的竞争中，要保持银行可持续安全健康发展，要保持长久立于不败之地，要在机构如云、群雄争霸的格局中胜出，往往要面对和思考两大关键问题：一是现代银行业竞争中制胜法宝有哪些共性的方面和措施。这是顺势而为的思维，这是符合银行业潮流和规律的思考。二是要确定适合自身的决胜制高点。这是不断提升自身核心竞争力并形成各自特色的途径。打造银行软实力符合现代银行业竞争发展的趋势，也有利于银行避免传统业务雷同导致同质化恶性竞争的弊病，有利于各银行竞争力的持续提升。

观念决定命运，思路决定出路。适应形势，与时俱进，转变观念，更新理念，是银行各级管理人员基础性和首要的必修课。越是在各种挑战和竞争压力加大的情况下，越是要清醒梳理思路，深入分析研究竞争的环境、竞争的格局、竞争的策略、竞争的手段，不断增强自身的实力，努力培育自身的核心竞争力，掌握竞争中的制高点和制胜法宝。本书梳理总结了一些中国银行业打造竞争力的成功经验，借鉴现代企业管理学，旨在为银行中高层管理人员及广大银行业从业人员在激烈的竞争中，在繁忙的工作和压力下，提供一些关键性问题解决的思路和解答的参考，提供一本案头有益的参考书，为增强银行经营管理中的软实力助一臂之力。

2. 本书主要提供以下问题的参考解答：

什么是银行的竞争力与核心竞争力？

什么是银行竞争中的硬实力和软实力？

为什么时下银行竞争需要重视软实力？

银行软实力基本包括哪些方面？

为什么人力资源管理排在软实力的第一位？

为什么风险管理能力普遍成为银行的核心竞争力？

为什么要加强资本管理？

当今国内银行业创新有哪些特点和趋势？

为什么银行的服务能力很关键？

为什么要强调银行的执行力建设？

为什么要重视加强银行的有效沟通？

为什么要努力打造学习型银行？

银行绩效管理与绩效考核有什么区别？

为什么科学的绩效管理与考核成为银行重要的软实力？

如何让银行品牌产生更大的价值？

符合银行业特点的企业文化包含哪些内容？

为什么银行的企业文化也是重要的软实力？

为什么要强调打造银行的比较优势？

上述问题主要集中在银行经营管理的操作层面，而非制度和架构层面，所以限于篇幅，与竞争力有关的公司治理、合规制度体系等内容不包含在本书之内。

3. 本书关注内容的基本背景。

中国银行业经过多年改革开放的锤炼，已经从计划经济体制成功地向市场化体制转轨，银行业公司治理、资产质量、服务与创新能力、风险控制能力都有了显著提升。根据国际银行业的巴塞尔监管标准，中国银行业的资本充足率、抗风险能力也逐渐达到国际标准。中国银行业不仅为中国的经济和社会发展提供了有力支持，也成为国际银行业的重要组成部分，国内许多银行在全球银行中排名领先。

中国银行业在改革开放中发展壮大，在竞争中提升效率，在竞争中提升服务能力，在竞争中实现转型升级，在竞争中不断探索适应市场化、可持续

发展的战略战术，打造核心竞争力。中国的银行家为提升核心竞争力呕心沥血，进行了不懈的探索实践。实行差异化发展战略，突出比较优势，加强创新能力，实施流程再造，充实资本实力，强化经济资本约束管理，吸引和培养人才，加强风险管理，加大信息科技投入，加强品牌宣传，跨区域发展，突出社会责任等等，从战略层面到具体的战术措施，无不浸透银行家的智慧和心血，也透露出中国银行业在不断开放、市场化环境下对于可持续发展的探索。所有的思考、所有的战略和措施，都围绕如何增强竞争力展开。

银行业的竞争力有多种评价方式，资产规模、资本规模、人均指标、资产质量等等，如上所述也有多种实现途径。自从国际上对国家和企业出现软硬实力的划分观点，国内银行业也开始重视对银行软实力的提升。这既是由于同业竞争的压力，也是市场环境和监管要求变化的客观要求。随着中国经济结构调整的深入，创新驱动，资源节约型的转型发展在“十二五”期间进入更深更广的发展阶段，居民生活水平的提高，对银行产品与服务的需求也在加快发生转变，需要银行加快服务与产品的创新。在经济转型发展中，风险状况也不断出现新的情况，对银行全面风险管理提出了新要求和挑战。同时，为贯彻巴塞尔新资本协议，监管部门对银行的资本管理也提出了新要求，要求银行始终保持安全健康运行，未来走资本节约型发展之路。在这样的背景与环境下，银行经营管理也要实现转型发展，走资本节约型、创新与特色化发展之路，竞争策略和手段也要与时俱进实现调整和转变；要在重视原来规模、网点数量、市场份额的硬拼中，充分重视管理范畴的软实力的作用，为提升竞争力创造新思路 and 途径。

4. 软实力的提出与银行的实践。

20世纪90年代初，美国哈佛大学教授约瑟夫·奈首创“软实力”（Soft Power）概念，从此启动了软实力研究与应用的潮流。按照他的观点，软实力是一种能力，它通过吸引力而非威逼或利诱达到目的，是一国综合实力中除传统的、基于军事和经济实力的硬实力之外的另一组成部分。这一概念的提出，明确了软实力的重要价值，将它提高到了与传统的硬实力同等甚至比其更为重要的位置。正如约瑟夫·奈所言：“硬实力和软实力同样重要，但是在信息时代，软实力正变得比以往更为突出。”围绕软实力的一系列研究，明

示人们以一种新型、全面和平衡的发展路径，在提升各级主体综合实力问题上启迪着人们的新思维。在这种观点影响下，软实力开始在国家、企业层面得到重视和研究，并逐步影响到金融业竞争发展的新思维。就企业层面而言，硬实力是企业用以直接支持其市场行为的所有可量化的物质形态要素，包括企业设备、厂房、资本、人力、产量、收入、利润等要素。相比之下，软实力主要是指非直接支配市场的、潜移默化影响市场的非物质因素，如企业的服务、管理能力、运营效率、创新意识、品牌、企业文化等等。

中国加入世贸组织后，中国银行业以前所未有的重视程度，开始大量研究、探索中国银行业的生存和竞争力问题。国内商业银行综合竞争力的衡量标准正在发生新的变化，不仅包括以业务规模、增长速度、盈利能力等显性指标为表现形式的硬实力，也包括以内部管理、服务、创新、学习、文化、社会影响力等非量化指标为主的软实力。尤其是在激烈的市场竞争环境下，软实力的作用更加突出。在这样的背景下，一些大中型银行为实现“国内一流、国际知名”商业银行这一宏伟目标，已经将软实力纳入综合竞争力体系之中，将软实力的建设提升到新水平。

按照软实力提出者的理论和国内外有关论点推论，银行的硬实力是指用以直接支持其市场行为的所有可量化的物质形态要素，包括网点机构数量、资本和资产规模、利润、人员数量、科技技术和设备等；银行软实力是指对银行的长远发展潜移默化产生深刻影响的基础性、战略性要素，主要是指非直接支配市场的因素，而是潜移默化、逐渐影响市场的非物质因素，一般包括银行组织及管理模式、银行文化、风险管理、资本管理、创新能力、品牌和社会影响力等基本因素，具有可扩张性、可传导性和可持续性的特点。

5. 重视银行软实力的意义。

银行软实力对现代银行业具有重大深远的意义和作用。银行软实力是对硬实力必要的补充，是银行在知识经济时代起飞和实现可持续发展的另一只翅膀。虽然与硬实力相比，软实力不具备明显和直接的力量，但是，从银行长远发展来看，软实力具有更加持久的渗透力。软实力是业务规模、盈利能力、客户拓展等硬实力提升的基础，是确保银行持续、健康发展的必要保证，是中小银行打造核心竞争力的重要法宝。从近百年来全球银行业的发展历程

来看，虽然软实力概念早先没有在银行业提出和运用，但那些注重软实力方面内容建设的先进银行，在流程银行的管理模式下，经过百年的运作，形成了庞大的控制力和执行力优势，成为世界先进管理理念和管理工具的输出者，通过知名度和影响力的不断扩散，稳步实现了业务的拓展和规模的扩张。同时，在现代银行业竞争发展中，软实力对于中小银行打造核心竞争力至关重要。软实力具有不易模仿性和不可复制性，从目前国内银行业的发展趋势来看，国有银行和大型股份制商业银行，凭借其自身资本和规模优势，实现了快速发展，而以城市商业银行为代表的中小银行，受资本、规模、地域、监管政策等方面的限制，在业务规模、机构网点、销售队伍、客户积累等硬实力方面不具优势，只能通过人才战略、内部管理、风险控制、品牌战略、自主创新、文化驱动等软实力的提升来打造核心竞争力，以在激烈的市场竞争中胜出，实现自身的快速发展。以银行业普遍关注的品牌建设为例，提升软实力是实施品牌战略的前提条件。品牌战略的成功实施取决于多方面因素，既包括成本费用的科学管理，也包括明晰的市场定位、丰富的产品体系、高效的创新机制、便捷的流程管理、积极的合作文化等等。这些影响因素基本上属于软实力的范畴。因此，品牌战略的实施需要深厚的软实力基础，软实力的提升能力直接关系到品牌战略的兴衰成败，软实力的提升是实施品牌战略的前提条件。

国际国内目前对银行软实力的研究现状是，虽然一些银行开始重视品牌、服务、创新、风险控制、企业文化等涉及软实力的内容，但还没有形成软实力的体系思考，没有系统地将银行软硬实力区分研究，没有从软实力的理论和系统上来规划，制定银行制胜的措施。本书以国际上国家和企业软硬实力划分的理论和观点为基础，首次结合中国银行业改革开放的成功经验，从现代银行业的竞争特点规律中系统整理出银行软实力的体系措施，在人才管理、风险管理、资本管理、创新能力、服务能力、绩效管理、品牌形象、执行能力、学习能力、企业文化和比较优势策略共 11 个方面，提供银行打造软实力的相关理论和措施。其中有些方面直接构成银行的竞争力，可以被直观感受和提供给消费者，可以称作显性的软实力，如人才管理、资本管理、风险管理、服务、创新、品牌等，有些软实力是对银行竞争力提供支撑和间接影响的因素，不易被直接感受和提供给消费者，可以称作隐形软实力，如绩效管

理、执行力、学习能力、文化、比较优势策略等方面。这 11 个方面内容大部分来自银行业和工商企业的成功经验，同时，也融入了作者长期从事银行业监管和商业银行管理的体会。

本书贴近实际，既能为理论研究提供借鉴，也可为具体实践和操作提供参考。希望本书能为银行界各层级行长和各类高级管理人员在改善经营管理、有效提升自身竞争实力的过程中提供一定的帮助，也可为广大的银行业基层员工开阔视野、结合岗位工作提升自身的管理意识和能力提供学习参考，对于即将投身金融界的从业人员也具有学习参考作用。

张 望

2013 年 9 月 15 日

深圳市福田区城中雅苑

目 录

第一章 银行竞争——实力是硬道理/1

观念决定命运，思路决定出路。适应形势，与时俱进，转变观念，更新理念，是基础性和首要的必修课。越是在各种挑战和竞争压力加大的情况下，越是要清醒梳理思路，深入分析研究竞争环境、竞争格局、竞争策略、竞争手段，不断增强自身的实力，努力培育自身的核心竞争力，掌握竞争中的制高点和制胜法宝。本章主要内容：

- 一、关于银行竞争力的若干概念/1
- 二、银行业的硬实力与软实力/11
- 三、银行竞争进入重视软实力时代/21
- 四、银行提升软实力的 11 个有效途径/27

第二章 银行竞争——赢在人才管理/32

人才是发展生产力的第一要素。在知识经济时代，人才已成为社会经济发展中最核心与最富活力的“第一资源”，成为决定胜负的关键。谁占领了人才高地，谁就能占据事业的制高点。人才对银行业来说也是首要财富和资本。本章主要内容：

- 一、现代人力资源管理主要的六大模块/32
- 二、银行业人才竞争的挑战与压力/37
- 三、提升银行人才管理能力的途径/45
- 四、提升银行各级管理者的能力与素质/52

第三章 银行竞争——赢在风险管理/56

银行业是风险行业，每天都与风险共舞。银行竞争日趋激烈，开拓业务，创造利润不容易，但守住胜利成果任务同样艰巨。目前部分银行从业人员在风险管理方面存在两种错误观念：一是身在险处不知险，主要表现为对风险的麻痹思想；二是明知有险不控险，对于已经存在的风险隐患，存在侥幸心理。不能控制风险的发展是无效的发展，不能促进发展的风险控制是无效的管理。本章主要内容：

- 一、全面认识现代银行面临的各种风险/56
- 二、银行风险管理理论的演变/65
- 三、银行全面风险管理的制度和措施/70
- 四、国内先进银行的风险管理经验/80

第四章 银行竞争——赢在资本管理/90

资本是商业银行存在的前提和发展的基础，是抵御风险和经济周期影响的重要基石和减震器，是“定海神针”。银行业稳步实施新的资本监管标准，强化资本约束机制，不仅符合国际金融监管改革的大趋势，也有助于进一步增强银行业抵御风险的能力，促进商业银行转变发展方式，推动商业银行从高资本消耗的规模扩张模式转向资本节约的内涵发展模式，提升发展质量。本章主要内容：

- 一、经济资本的内涵、意义与作用/90
- 二、银行经济资本考核的意义与作用/97
- 三、用经济资本理念提升商业银行价值/105
- 四、国际先进银行的经验与国内银行的实践/113

第五章 银行竞争——赢在创新能力/118

创新是银行发展的核心动力，是银行进步的生命线，是银行企业文化活力的标志，是追求卓越中永恒的主题。在开放和市场化环境下，银行业竞争日趋激烈，市场需求不断扩大，任何一家银行都必须重视创新，尤其要有强烈的创新意识，有良好的创新机制，才能在竞争中求得生存与不断发展。本章主要内容：

- 一、银行创新应把握的原则、要点/118
- 二、银行业支持经济实体的金融创新/122
- 三、银行业服务民生的金融创新/131
- 四、维护金融消费者权益的创新/137
- 五、支持上海“金融、航运两个中心”建设的创新/139
- 六、银行业创新的催化因素/147

第六章 银行竞争——赢在服务能力/149

在“人人都是服务员、行行都是服务业、环环都是服务链”的服务经济时代，提升服务品质，是各个行业单位不可避免的战略选择。银行业本身就是服务行业，服务是核心内容。本章主要内容：

- 一、中国银行业对公众服务的改进成效/149
- 二、如何打造高品质的银行服务文化/153
- 三、做一名优秀的员工和大堂经理/158
- 四、做服务型的银行职能部门/169

第七章 银行竞争——赢在绩效管理/175

绩效管理是现代银行经营管理中最有效的指挥棒和激励措施，是优胜劣汰最有效的法则。科学的绩效考核，有利于降低风险隐患，有利于银行可持续地又好又快发展。而脱离实际的绩效考核，不但不利于可持续的健康发展，而且还会积累风险隐患。本章主要内容：

- 一、绩效管理与绩效考核的联系和区别/175
- 二、商业银行的绩效考核/184
- 三、银行绩效管理实用模板/191

第八章 银行竞争——赢在企业文化/212

时下企业界有一种观点：一年企业靠产品，十年企业靠品牌，百年企业靠文化。文化是一种生产力，先进的企业文化可以促进银行竞争力的提升，银行文化是重要的软实力。银行文化建设必须结合行业与服务的特点。银行文化有其特定的内涵，核心是风险管理、合规、创新、服务、诚信文化。本章主要内容：

- 一、企业文化的内涵、功能和建设途径/212

二、银行企业文化的特征和核心内涵/218

三、按照银行业的规律加强企业文化建设/227

第九章 银行竞争——赢在执行能力/237

执行力指的是贯彻战略意图、完成预定目标的操作能力。现代商业银行是管理要求最高的行业之一，职能部门多、规章制度多、服务内容多、面临风险多、考核指标多、员工流动多。无论是贯彻监管的合规要求，管理好各类风险，还是做好对公众和企业的服务，都需要较强的执行力，需要重视和加强有效沟通的能力建设。本章主要内容：

一、执行力的含义与作用/237

二、执行力差的问题与解决方法/241

三、银行执行力的若干问题/250

四、有效沟通是提升银行执行力的好方法/258

第十章 银行竞争——赢在学习能力/270

当今银行的竞争本质上是学习速度的竞争，银行观念变革速度小于外部变革速度就等于落后和被市场淘汰。与时俱进，加强学习，更新观念，才能跟上市场和形势的节拍。先进银行和标杆银行始终是学习型的银行，全行上下都有较强的学习能力和意识。本章主要内容：

一、学习型组织理论的精髓/270

二、学习型组织的主要修炼/272

三、打造学习型银行的意义和措施/283

四、把学习转化为银行的现实竞争力/287

五、打造好银行的学习型团队/290

第十一章 银行竞争——赢在品牌形象/294

品牌形象代表消费者对企业的服务和产品的安全、质量、放心、效率等最基本要素的认可程度。银行是服务行业，品牌形象直接关系到公众的认可，关系到自身的竞争力。众多的中小银行可以通过品牌管理、服务质量和效率的提升，加快自身品牌的建设，改变自身的形象，促进竞争力的提升。本章主要内容：

一、银行品牌的作用/294

- 二、银行品牌的建设管理/300
- 三、银行品牌的评估/306
- 四、中国银行业品牌建设的成就与比较/313
- 五、中国商业银行品牌和理财品牌比较/318
- 六、国内中小银行品牌创建的常见问题与改进方法/325

第十二章 银行竞争——赢在比较优势/331

从资源角度看，任何一家银行都存在内外的比较优势。即便是资源丰富的大型银行具有全面的优势，如网点、资本金、风险资产规模、信息科技能力、业务和产品营销服务能力、人力资源等等，其自身内部也存在相对的比较优势。而广大中小银行虽然没有全面的优势，但都存在内外的比较优势。确定差异化发展战略就是打造比较优势的策略。银行打造自身的比较优势，既是一种思路和战略，也是手段和措施。本章主要内容：

- 一、经济学中的比较优势理论/331
- 二、国内银行提升核心竞争力的主要措施/333
- 三、通过差异化发展打造比较优势/334
- 四、国内银行竞争力的比较/339

后记/359

第一章 银行竞争

——实力是硬道理

时下要问什么行业竞争最激烈，什么行业的压力最大，恐怕大多数人会回答银行业应该属于其中之一。银行间的竞争目前确实日趋激烈。竞争促进了银行创新、改进服务，增强风险管理，重视客户和消费者需求，提升服务质量，提升了服务社会经济发展的效率，这些是广大客户和金融消费者的改革红利。但对银行从业人员，尤其是中高层管理人员而言，如何提升自身的竞争力，如何完成各项业绩指标，却是承受了巨大压力，有些甚至感觉不堪重负。观念决定命运，思路决定出路。适应形势，与时俱进，转变观念，更新理念，是基础性和首要的必修课。越是在各种挑战和竞争压力加大的情况下，越是要清醒梳理思路，深入分析研究竞争的环境，竞争的格局，竞争的策略，竞争的手段，不断增强自身的实力，努力培育自身的核心竞争力，掌握竞争中的制高点和制胜法宝。一些银行在竞争中处于劣势或者优势逐渐下降，虽然原因很多，但在开放和充分竞争的市场中，对新的银行业竞争特点规律认识不够，观念转变缓慢，思维僵化，是主要因素之一。可以说很大程度是输在观念和思路。

一、关于银行竞争力的若干概念

（一）关于银行竞争力的一般评价内容

1. 银行竞争力的定义。根据目前的国内研究成果，银行竞争力的一般定义是：银行在特定的市场结构下，受市场环境、供求关系、公共政策等方面因素影响，在满足安全性、流动性和盈利性要求的条件下，不断适应市场产业结构、技术进步和创新的要求，获得持久竞争优势的能力。

银行竞争力可以从多个角度定义。如产业组织经济学认为：银行竞争力的外部影响因素主要是市场环境、市场结构、市场行为和市场管制，即金融生态环境。企业经济学认为：银行竞争力的内部影响因素主要是企业文化、组织结构、治理结构、企业家精神（创新）、激励机制、产权制度、企业战略等。从管理学角度看，银行竞争力是一个包含资源、能力、环境三个要素的综合系统。

2. 银行竞争力评价体系。银行竞争力的测评指标一般包括盈利性、风险管理能力、市场经营能力和顾客满意度四个方面。分析性指标主要包括银行规模、银行组织结构、管理能力、银行家行为（创新）、人力资本、产权制度、治理结构等方面。

3. 银行的信用评级。对金融机构进行信用评级，目的是缩小融资者与投资者之间的信息不对称。国内银行竞争力评价的研究主要集中在建立评价体系和用计量经济学方法量化银行竞争力。银行竞争力的比较研究是国内比较重要的银行竞争力评价研究。它的比较评价标准主要在于以下四个方面：

第一，银行现实竞争力，包括市场占有率、盈利能力、经营能力、资产质量、资本充足率等。

第二，银行潜在竞争力，它主要分析构成银行竞争力的主要制度性影响因素。

第三，银行竞争力的环境因素，主要指金融运行态势和效应、宏观经济环境，以及相关产业的发展态势等。

第四，银行竞争态势的定量评估。主要是宏观政策层面的影响，没有从微观层面作出具体的比较研究。

4. 银行竞争力的影响因素。银行的竞争研究理论涉及的竞争力影响因素包括人力资源、营业网点、资本规模、内控管理、流程再造、金融创新、服务、科技等多项指标，以及银行外部的信用环境、金融生态环境等。

5. 提升银行竞争力的理论研究。国内银行如何提高竞争力的研究文献很多，具体包括两方面的内容：

一是通过改善外部环境，强化银行的竞争力。为了提高我国银行的竞争力，满足加入世界贸易组织的挑战，必须提高银行外部环境质量，包括：改革产权组织形式，促进银行股份制改革；改革政银、银企关系；开展银行的

管理人员市场化配置，为提高银行的竞争力而积极实施综合经营；化解不良资产的市场环境，以提高银行的竞争力；完善中央银行宏观经济金融管理体制，完善货币政策调控体系，加强金融监管制度等等。

二是通过对银行自身组织、资源、知识和能力的提高，提升竞争力的内在因素。这些内部决定因素可以分解为资本、人力资源、科技进步、管理机制、运行机制、业务系统、业务创新、企业文化等。其中银行的业务流程再造是一个深刻的变化，它包括业务流程再造、组织架构再造和管理体制再造等等。所以银行流程改革再造是我国银行业再造的一个重要方法，也是提高综合竞争力的有效途径。以“风险控制”为核心的风险文化、“以人为本，严格规范”的管理文化、“勇于开拓，不断进取”的创新文化是银行竞争力提升的主要源泉。

银行发展与外部市场环境是相辅相成、相互促进的。因此，提高银行的竞争力，必须改善金融生态环境，需要政府、社会和金融机构自身三个方面共同努力。

6. 银行竞争力的内涵。综上所述，银行竞争力的内涵应当包括如下几个方面：

(1) 符合经济效率的基本原则。作为金融中介机构，既要节约成本，又要优化效率，这些都是竞争的基础环节。

(2) 获取竞争优势的能力。有与众不同的服务，更能吸引公众，得到顾客的满意与认可等。

(3) 维持持久竞争优势的能力。竞争是动态的，不断地创新，使自身地位处于同业前列，在这个动态化的环境中脱颖而出。

(4) 满足“三性”要求的管理能力。银行经营的原则必须满足安全性、流动性和盈利性要求。银行是经营风险的行业，其盈利性应是风险与收益权衡的结果，由此风险管理能力应作为银行竞争力的重要组成部分。

因此，可以将银行竞争力一般地定义为：银行在特定的市场结构下，受供求关系、公共政策影响，在满足安全性、流动性和盈利性要求的前提下，不断适应金融服务中技术进步和产出创新的要求，获得持久竞争优势的能力。

(二) 建立银行竞争力评价指标的原则

1. 管理学与统计学的结合。由于竞争力是一个非常复杂的概念，无论是