

# 知识点 5：商业银行的市场营销组合、产品开发及策略

## 一、商业银行的市场营销组合

商业银行的市场营销组合是指商业银行在既定的战略目标和市场定位基础上，为满足目标市场客户的需要，对可控制的各种市场营销手段的综合运用。

## 二、商业银行的产品开发

### （一）金融产品的含义与特征

#### 1、金融产品的含义

金融产品可以被定义为：金融机构向市场提供的，使顾客可以取得、利用或消费的一切事物。其既包括各种金融工具，也包括与各种金融工具有直接关系或间接关系的各类金融服务。

#### 2、金融产品的基本特征

- (1) 无形性。
- (2) 不可分割性与广泛性。
- (3) 易被仿效性和价格一致性

### （二）商业银行开发产品的方法和基本要求

#### 1、银行开发产品的主要方法

- (1) 全新金融产品。
- (2) 部分新金融产品，或称换代新金融产品。
- (3) 改进新金融产品。
- (4) 仿制新金融产品。

#### 2、商业银行产品开发的基本要求

产品开发，是银行实施营销策略的开端。商业银行在进行产品开发时，一般应做到以下几点：

- (1) 开发新产品必须有足够的市场。
- (2) 开发新产品必须有自己的特色。
- (3) 开发新产品，银行必须具备足够的能力。
- (4) 开发新产品必须与相应顾客层的社会文化、价值观念、消费习惯等相适应，以使开发出的金融产品能够较快地为市场及一定的消费群体所接受。
- (5) 开发新产品必须能够产生效益。

### 三、商业银行的产品策略

- 1、优质产品或服务取胜策略。
- 2、以新取胜策略。
- 3、以快取胜策略
- 4、以廉取胜策略
- 5、高档产品策略与低档产品策略
- 6、系列产品策略

练一练

金融产品的基本特征包括（ ）

- A. 无形性
- B. 不可分割性与广泛性
- C. 易被仿效性
- D. 价格一致性

正确答案：ABCD