



**TDF**

**金融专业国家教学资源库**

National Teaching Database in Finance

# 金融服务营销

# 第四章

## 金融服务市场调研与营销环境分析

学习目标

知识目标  
技能目标

学习内容

综合实训

参考文献

## 学习内容

- 引例
- 第一节 金融市场调研
- 第二节 金融服务营销环境分析

## 第二节 金融服务营销环境分析

学习  
内容



市场环境对  
金融企业影响

### 一、宏观营销环境分析

### 二、微观营销环境分析

# 一、宏观营销环境分析



金融企业  
宏观环境  
分析



宏观经济  
环境对房  
地产贷款  
的影响

宏观营销环境指对社会各行各业产生影响的各种因素和力量总和，这些因素和力量包括政治/法律、经济、社会文化、技术、人口、自然环境六个方面，对金融企业影响最大的因素是政治/法律、经济、社会文化、技术、人口这五个方面。



宏观经济环境  
介绍

## 一、宏观营销环境分析

### (一) 政治/法律环境

- 政治/法律环境指金融企业面临的外部政治/法律形势及状况，国家方针政策、法律法规的变化对金融企业产生的各种影响。



法律环境对金融生态的影响



## 同步思考 4-1



学习内容

- 分析图4-2，请说明猪流感对于股市属于何种影响因素？并阐述其效应。
- 分析提示：从公共卫生事件对股市影响来回答。



图4-2

# 一、宏观营销环境分析

## （二）经济环境

- 经济环境是指金融企业面临的外部经济因素，具体指一个国家或地区经济发展水平与发展速度、经济制度与市场体系、收入水平、财政预算、贸易与国际收支状况以及政府的各项经济政策等因素的变化对金融企业产生的各种影响。



经济环境的  
分析指标



## 一、宏观营销环境分析

### (三) 人口环境

- 人口环境主要指一个国家的人口数量及增长趋势、地理分布、年龄、性别、家庭、职业等。
- 我国人口中老龄化现象对金融企业影响很大。

## 一、宏观营销环境分析

### （四）技术环境

- 科学技术是人类在长期实践活动中所积累的经验、知识和技能总和。科技对金融企业影响巨大。

## 同步思考 4-2



- 分析图4-3、图4-4，请说明电子交易对于基金购买的影响属于何种因素？并阐述理由。
- 分析提示：从技术环境对金融市场发展的影响角度回答。

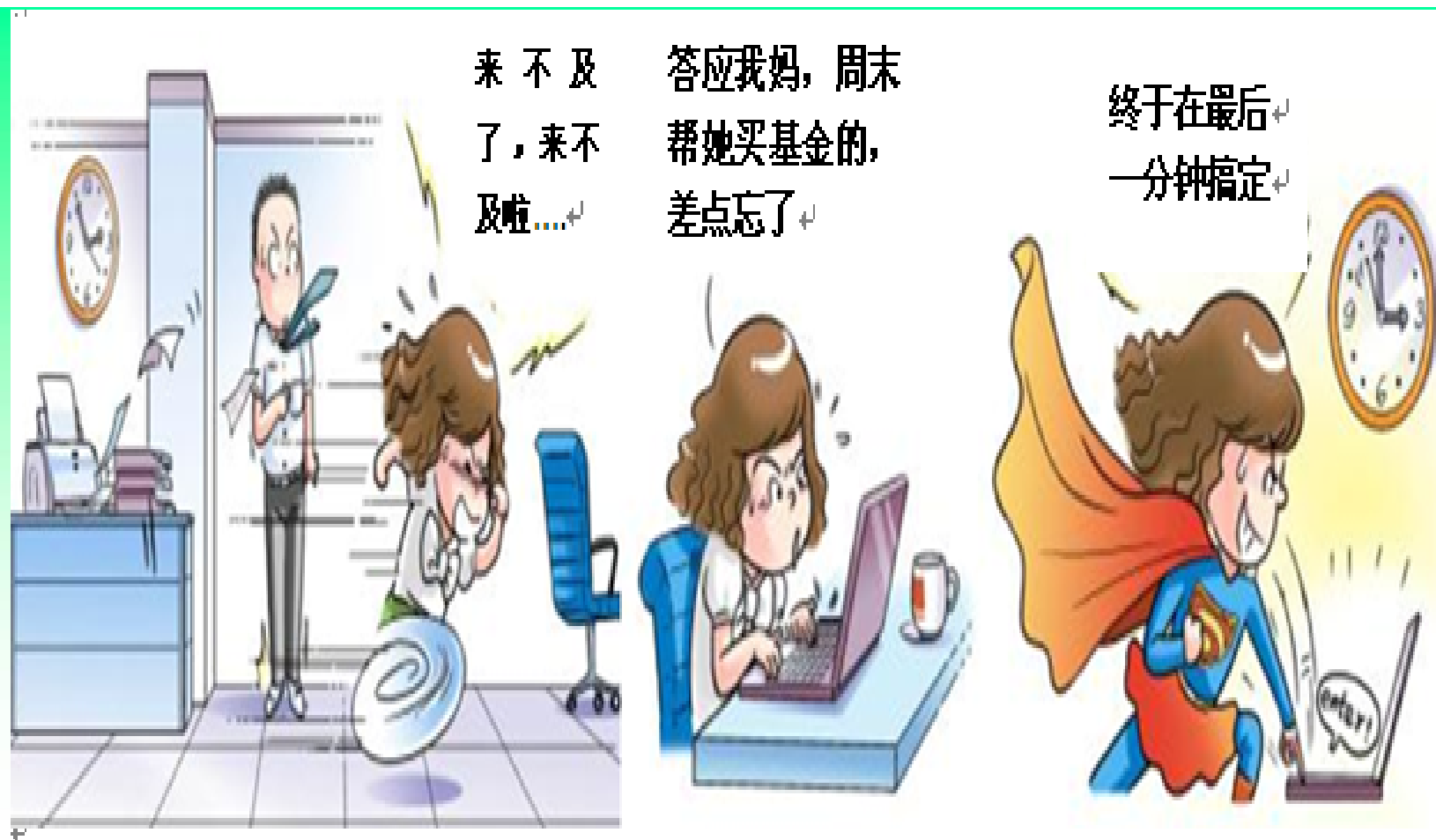


图4-3

## 同步思考 4-2



学习  
内容



# 一、宏观营销环境分析

## （五）社会文化环境

- 社会文化环境指一个国家、地区的民族特征、价值观念、生活方式、风俗习惯、宗教信仰、伦理道德、教育水平、语言文字等总和。



美国老太与  
中国老太买房

## 二、微观营销环境分析

金融企业微观营销环境指对金融企业服务其顾客的能力构成直接影响的各种因素，包括供应商、营销中介机构、金融企业内部机构、竞争者、公众。



## 二、微观营销环境分析

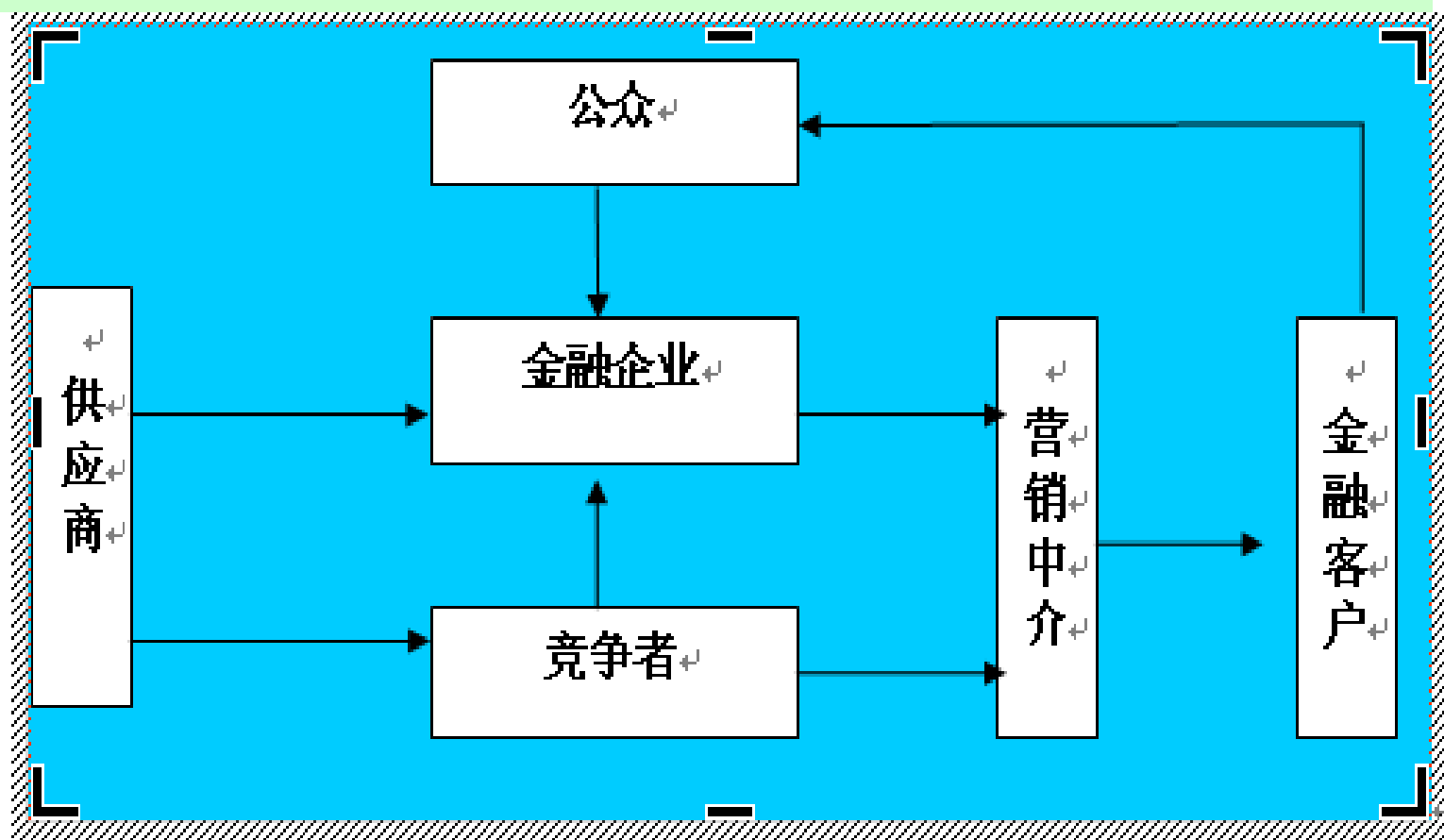


图4-5 金融企业微观环境分析图

## 二、微观营销环境分析

### (一) 金融客户

金融客户指进入金融消费领域的最终的消费者，也是金融企业营销活动的最终目标客户。具体包括企业客户和个人客户两类。

## 二、微观营销环境分析

### (二) 公众

公众是指对金融企业实现其市场营销目标的能力有着实际的或潜在的兴趣或影响的任何团体。具体包括传媒公众、政府公众、团体组织、内部员工等，目前政府公众及传媒公众对金融企业有着较大影响。企业需要通过不断发展与各种社会公众团体的关系，协调好与它们的利益，以求得或保持一个最有利的营销环境，因此，公共关系已成为企业的一项重要营销管理内容。

## 二、微观营销环境分析

### (三) 金融产品供应商

供应商是指向企业及其竞争者提供生产产品和服务所需各种资源的企业或个人。如印刷企业为金融企业提供的各类印刷品；设备制造商为金融企业提供各类设备，包括ATM、电脑、点钞机和复印机等。

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/908034126010007001>