

學術著作◆大專用書

金融行銷

張福榮 著

五南圖書出版公司 印行



F830.9
Z281

金 融 行 銷

張 福 榮 著

學歷：

國立中興大學碩士

經歷：

高雄工學院、

高雄工商專校兼任講師

現任：

國立高雄技術學院編審

金 融 行 銷

作 者／張福榮

責任編輯／劉叔美

校 對 者／陳怡倩



出 版 者／五南圖書出版有限公司

地址：台北市和平東路二段339號4樓

電話：7055066（代表號）

傳真：7066100

劃撥：0106895-3

局版台業字第0598號

發 行 人／楊 榮 川

排 版／五南電腦排版有限公司

製 版／欣緯彩色製版有限公司

印 刷／三聖印刷事業有限公司

裝 訂／信成裝訂行

中華民國 85 年 3 月初版 1 刷

ISBN 957-11-1114-7

基本定價 9 元

（如有缺頁或倒裝，本公司負責換新）

序 言

「金融行銷」乙書係以實務與理論並重的方式撰寫之，由於目前市面上行銷管理之教科書或實務性書籍，多以一般性、理論性內容為主，少有整合運用策略性行銷於個別產業；即使論及個別產業或廠商時，亦常以理論性為多。本書嘗試以金融業中之銀行業、保險業、證券業，作為探討的對象，透過產業特性分析、總體環境分析、SWOT 分析（優點分析、行銷機會與威脅分析）、策略性行銷相關策略（成長策略、行銷策略）等，使策略性行銷理論與實務經驗能融入銀行業、保險業、證券業；等三產業作為金融行銷的分析對象，主要係因金融業大多數產值均來自上述三行業。另金融業因有分支機構較多的特性，故責任中心制的實施，對金融業的經營有相當大的助益，本書特於附錄中加以說明，以供參考。此書能順利完成，並非筆者一己之力，以往國內外衆多行銷管理、策略管理、銀行業、保險業、證券業等專家學者之各種文獻，對此書之撰寫，助益頗大。本書除適合學生作為教科書或參考用書外，亦頗符合金融界人士之需；筆者期望此書能為金融業者在策略性行銷領域上，帶來更廣的思考方向。

本書能順利完成，首先須感謝五南圖書公司楊董事長榮川及陳總編輯念祖，允於支持；另國立高雄技術學院金融營運系主任保險專家凌氫寶博士及金融專家陳振遠博士，均對本書提供甚多建議；交通銀行溫經理機榮、許課長伯安、中國國際商業銀行張經理瑞林

HWE91/06

4 金融行銷

等產業界先進，亦從實務角度提供部分意見；摯友劉貞妙小姐、王元芳小姐在校稿上投入甚大心力，在此一併致謝，惟本書有任何錯誤與文責均由本人負責。

對於爸媽多年照顧、忍耐與愛心，岳父母的關懷，兄弟姐妹之鼓勵，謹在此表示最深的感恩之意。本書撰寫期間，長子凱崴之聰慧、次子凱強出世，均為個人帶來許多欣慰；尤須謝謝內人陳瑛青小姐，婚後多年的照顧、容忍及體貼，使筆者能全心投入於此書之撰寫，並順利將之完成。

張 福 榮

於國立高雄技術學院

工商管理暨財經類相關書目

- 1F14 現代行銷管理(精)
..... 余朝權 著
- 1F19 行銷管理學
..... 蔡泰生 編著
- 1F31 市場調查
..... 楊和炳 著
- 1J20 保險學
..... 陳雲中 著
- 1J40 保險學—純風險與保險
..... 宋明哲 著
- 1M22 國際金融概論
..... 胡春田 校訂／陳彪如 著
- 1M34 證券發行實務精華
..... 李啓賢／陳春山 合著
- 1G60 銀行會計
..... 邱振崑 著
- 1G69 審計學
..... 嚴玉珠 著
- 1N13 最新銀行經營實務
..... 王 博 著
- 

目 錄

第一篇 金融行銷導論

第一章 企業策略規劃..... 3

第一節 策略行銷規劃／ 5

第二節 策略市場規劃／ 15

第二章 策略行銷之選擇..... 27

第一節 目標行銷策略／ 29

第二節 競爭策略／ 38

第三節 成長策略／ 49

第四節 產品生命週期策略／ 53

第五節 國際行銷策略／ 60

第六節 行銷策略／ 71

ㄅ 第二篇 金融行銷各論 ㄅ

第三章 銀行行銷..... 99

- 第一節 前 言 / 101
- 第二節 銀行業之產業特性 / 105
- 第三節 銀行業環境分析 / 109
- 第四節 銀行業內外環境分析 / 119
- 第五節 銀行業目標行銷策略 / 141
- 第六節 銀行業競爭策略 / 149
- 第七節 銀行業成長策略 / 159
- 第八節 銀行業產品生命週期策略 / 165
- 第九節 銀行業國際行銷策略 / 174
- 第十節 銀行業行銷策略 / 182
- 第十一節 結 論 / 199

第四章 保險行銷..... 205

- 第一節 保險業特性及種類 / 209
- 第二節 臺灣保險業面臨之環境 / 211
- 第三節 保險業內外環境分析 / 217
- 第四節 保險業目標行銷策略 / 226
- 第五節 保險業競爭策略 / 229
- 第六節 保險業成長策略 / 235

第七節	保險業產品生命週期策略／	240
第八節	保險業國際行銷策略／	245
第九節	保險業行銷策略／	252
第十節	結 論／	264

第五章 證券行銷..... 267

第一節	緒 論／	269
第二節	證券業之環境分析／	273
第三節	證券業內外環境分析／	282
第四節	證券業目標行銷策略／	293
第五節	證券業競爭策略／	299
第六節	證券業成長策略／	309
第七節	證券業國際行銷策略／	315
第八節	證券業行銷策略／	321
第九節	結 論／	336

附錄 金融機構責任中心制之建立..... 339



第一篇

金融行銷導論



2 ■ 金融行銷

第一章

企業策略規劃

4 ■ 金融行銷

金融業係臺灣服務業中最主要部門之一，其影響層面不僅關係個人理財，更牽涉國家整體經濟發展。由於國際經濟之需求，金融業逐步走向自由化、國際化，此乃必然之趨勢，相對亦將面臨更多外商金融機構之威脅。然而臺灣金融業長期受到政府政策的保障，使其對環境之適應力有所不足，若業者未能設法改善其本身經營體質，恐將逐漸受市場所淘汰。行銷管理是當今企業界最受重視的管理之一，臺灣金融業雖已漸能接受行銷觀念，但真正運用於策略規劃者並不多，故仍有待金融業者徹底接受行銷管理，並實際貫徹施行之，始能面對未來更大的市場衝擊及挑戰。

第一節 策略行銷規劃

行銷管理制度從二十世紀初至今，已發生很大轉變，目前已將整體行銷觀念與策略觀念相結合，而形成所謂的策略行銷觀念 (Strategic Marketing)。策略行銷從過去只重視公司利潤、顧客；延伸至影響公司之所有外在環境之變數，包括政治及法律、經濟、社會及文化、科技、人口、實體等因素，並重視相關團體之利益（包括公司員工、股東、社會大眾、政府）（註一）。

一、策略行銷影響因素

為能深入瞭解策略行銷之實質內容，有必要進行策略行銷因素之分析，包括二大項，說明如後：（註二）

(一)總體環境分析 (Environment Analysis)

1.總體環境因素項目及其概況分析

在進行環境分析時，須先依據經驗列出影響環境之因素包括那些項目，以臺灣金融業為例，包含：

①政治與法律因素

- a. 臺灣政治民主化之推動。
- b. 臺海兩岸政治局勢混沌未明。
- c. 世界政局逐漸走向後冷戰時期。
- d. 臺灣內部政治統獨之爭。
- e. 公平交易法、銀行法、消費者保護法等相關法令之訂定或修改。

②經濟因素

- a. 臺灣經濟持續成長。
- b. 臺灣國民所得提高。
- c. 金融業自由化、國際化陸續推動。
- d. 臺灣成為亞太金融營運中心計畫之推動。
- e. 衍生性金融商品大量推出。
- f. 區域性經濟組織之盛行。

③社會及文化因素

- a. 社會價值觀之改變。
- b. 消費者保護主義之興起。
- c. 物質文化的盛行。
- d. 貧富不均逐步擴大。

e. 社會福利活動之興起。

④人口因素

- a. 人口結構之改變。
- b. 家庭結構之變化。
- c. 雙薪家庭興起。
- d. 婦女外出就業比例提高。

⑤技術因素

- a. 電腦與通訊技術的應用。
- b. 各種衍生性金融商品之操作技術。

⑥實體因素

- a. 環保主義之興起。
- b. 能源及原料之缺乏。

2. 總體環境分析工具之運用及趨勢之推演

總體環境分析之影響因素瞭解後，必須針對各項因素分析其詳細內容及影響程度，故分析工具的採用頗為重要。另分析工具選用後，除分析各環境因素之內涵外，仍須進一步對其趨勢加以推演，以使業者能更清楚掌握該行業之趨勢發展。

(二)個體環境分析

1. 產業與競爭分析 (Industry and Competitive Analysis)

- ①產業之經營範圍大小。
- ②產業之特性。
- ③產業結構。

- ④產品生命週期階段。
- ⑤產業吸引力為何？
- ⑥產業內部成功的因素為何？
- ⑦進出產業之難易程度及障礙內容。
- ⑧成本結構。
- ⑨競爭者狀況？其優缺點如何？競爭策略為何？

2. 市場分析 (Market Analysis)

- ①市場的範圍為何？
- ②市場結構。
- ③市場演進階段為何？
- ④顧客之需求與購買動機？
- ⑤市場區隔化之區隔變數及區隔方法。

3. 公司能力與資源分析 (Firm Capability and Resource Analysis)

- ①公司經營績效如何？
- ②公司組織結構、策略、管理制度、人力資源如何？
- ③公司財務調度、財務能力如何？
- ④公司各項成本結構情形。
- ⑤公司優缺點狀況。

二、策略行銷規劃程序 (註三)

金融業者實施策略行銷時，若依據一定規劃程序，可能使規