

附件 3:

邵阳职业技术学院 毕 业 设 计

产品设计	工艺设计	方案设计
		√

设计题目: 华融湘江银行 APP 市场推广方案

学生姓名: 唐 亚 丽

学 号: 201810301201

系 部: 财会工商系

专 业: 金融管理

班 级: 金融 1181

指导老师: 李 征

2021 年 6 月 4 日

目录

华融湘江银行 APP 市场环境分析.....	1
一、华融湘江银行 APP 的相关介绍.....	1
二、市场营销环境分析.....	1
（一）宏观环境分析.....	1
（二）微观环境分析.....	2
三、市场竞争对手分析.....	2
四、产品分析.....	3
五、Swot 分析.....	3
六、目标人群分析.....	4
七、推广营销方案.....	4
八、总结.....	5

华融湘江银行 APP 市场推广方案

【摘要】 多种多样化个性化的网络金融产品出现在人们的生活中，这些互联网金融产品与商业银行金融产品相比，拥有方便快捷、低门槛的优点，吸引许多人购买，在这种形势下，商业银行金融产品营销需要迎合时代变迁进行产品创新和转变营销思路，才能实现持续发展针对此问题提出了一系列解决方法。

【关键词】 市场需求分析 营销调研 目标客户群 SWOT

一、华融湘江银行 APP 的相关介绍

华融湘江银行 App 是华融湘江银行打造数字化金融服务平台的重心所在，是华融湘江银行连接用户的载体和平台。2010 年 11 月 3 日，华融湘江银行和中国联通在北京举行手机业务合作协议签约仪式，并联合发布了华融湘江银行 App 1.0（iPhone 版）。运用该服务，消费者能够利用 iPhone 手机实现银行账户查询、转账汇款、信用卡还款、充值缴费、购买电影票、申购赎回基金及理财产品等多种金融应用。此外，华融湘江银行 App 1.0 还推出“金融助手”功能和“掌上生活”功能，为所有 iPhone 用户提供一系列免费的金融资讯、实用金融工具以及掌上生活。

二、市场营销环境分析

（一）宏观环境分析

由于受到新型冠状病毒疫情的影响，我国经济在 2020 年上半年处于停滞状态，多个行业停工停产达到减少人群密集的目的对抗疫情，在此过程中，不少企业公司由于资金出现问题而面临破产。受疫情影响我国经济在 2020 年上半年受到较大冲击，在 1、2 月份，全国城镇新增就业人口 108 万人。在 2 月份，全国城镇调查失业率为 6.2%，31 个大城市城镇调查失业率为 5.7%。

2020年下半年随着全国各地各行各业复工复产，企业的用工开工情况渐渐好转，对用工的需求会不断增加。随着经济逐渐的转好，就业的压力有所减轻。

从政策上来看，国家实行积极的财政政策、稳健的货币政策、就业优先的政策，促进经济发展和人口就业。

（二）微观环境分析

由于新经济和互联网信息技术的飞速发展，互联网金融行业发展火爆，近年来，网络上出现了许多由民营银行组成的互联网银行，他们可以给互联网用户提供各种金融服务和产品，这使商业银行对于金融产品和服务方面造成了影响，而2020年的新冠肺炎疫情，更是让互联网金融更加快速的发展。这些有主要由民营银行组成的互联网银行所推出的金融产品与商业银行推出的金融产品相互争夺市场份额，商业银行业不断创新推出新型的金融产品并且开拓线上理财工具吸引客户。

三、市场竞争对手分析

虽然每个商业银行都有自身的手机银行，但是它们的功能和服务都是大同小异，然而面对现在互联网上存在的可以提供低门槛小额贷款、金融理财服务甚至是优惠活动服务等民营银行，在这些民营银行里面有些还承包了第三方支付服务，这才是商业银行在互联网上最大的竞争对手。

竞争对手	现在互联网上主要的银行有深圳前海微众银行、浙江网商银行、江苏苏宁银行、武汉众邦银行等
竞争对手定位	<ol style="list-style-type: none"> 1. 深圳前海微众银行，由腾讯集团发起筹建，主要为广大中小微企业提供线上流动资金贷款、融资等服务，微粒贷就是其旗下产品。 2. 浙江网商银行，蚂蚁金服集团带头筹建的互联网银行，主要为小微企业、创业者提供贷款、理财等线上服务，旗下有网商贷、余额宝等金融产品。 3. 江苏苏宁银行，由苏宁集团发起筹建，要专注于供应链、小微商户、普通消费等金融业务，目前已经推出的产品有税e贷。 4. 武汉众邦银行，由卓尔控股发起与湖北多家民营企业联合创建，主要为大众和小微企业提供线上贷款等服务。旗下推出的“众邦宝”理财产品长期处于抢购或售罄的状态。
竞争对手优势	<ol style="list-style-type: none"> 1. 贷款、理财门槛低，无需抵质押、无需线下开户。 2. 线上办理、省时方便。 3. 快速到账。 4. 金融产品种类多，有更高的理财收益比。

	5. 通过互联网大数据，拥有更广泛的客户群体 6. 实现无纸化交易。
竞争对手劣势	1. 只能在手机、电脑上使用，依赖互联网。 2. 缺乏有效的监管和法律法规。 3. 不具备类似银行的风控、合规和清收机制，容易发生各类风险。 4. 信用风险大，可能危害到消费者的资金安全和个人信息安全。

四、产品分析

华融湘江银行在互联网上推出了两款 APP，分别是华融湘江银行和掌上生活

	功能服务	产品特点	网上评价
华融湘江银行	主要提供储蓄卡的查询、理财、转账、贷款、跨境金融、信用卡、开卡开户、优惠购物等服务	市场行情在线解读，投资机会定期推荐，理财到期提前提醒，产品涨跌替你关注。同屏解说，同屏讲解，一对一真实顾问实时服务，App 内咨询购买一步到位。消费享优惠，逛吃玩不设限。便民服务，足不出户办理公积金、社保，查询个人信用报告、最新惠民政策，轻松享高效。内含招行余额、贷款等信息，更有公积金、社保、房产估值等综合信息，实现资产全局管理。	拥有 2.7 亿次安装，评分是 4.0。有 11143 人参与了评分其中有 73% 的五星好评。
掌上生活	主要提供信用卡各种还款、分期信贷、信用卡查询、生活购物等服务。	精选吃喝玩乐购的优惠体验。信用卡管家贴心服务。汇聚全网 TOP 原创力发现生活灵感。品质好物大牌直营商品免息分期。	拥有 2.2 亿次安装，评分是 4.5 分。有 9279 人参与了评分其中有 87% 的五星好评。

在中国不管是女性还是男性，总是会被优惠、打折促销、大减价这种的折扣活动所吸引，从而促成消费，华融湘江银行就看重了这一点，与各大吃喝玩乐、衣食住行的商家合作，只要用华融湘江银行里面的付款码进行支付就可以获得不同的优惠，从而吸引许多人下载使用华融湘江银行的 APP。

五、SWOT 分析

优势	劣势
1、华融湘江银行已发展多年，具有全面的金融资质。 2、华融湘江银行在全国各地都有营业厅和网点。 3、华融湘江银行受国家法律制度规范约束，有严格的信息保密制度。	1、尽管有手机 APP 但是需要办卡开户还是要本人到银行办理。 2、贷款流程繁琐、耗时长。 3、贷款门槛高，导致民营企业融资难。 4、对于金融产品的创新力度不够大。 5、在互联网技术方面较欠缺。

<p>4、客户资源丰富，华融湘江银行在长期发展的过程中，与大中型企业建立的长期稳定的合作关系。</p> <p>5、资金量充足。</p> <p>6、具备完善的风险管理体系。</p> <p>7、具有跨行融资功能。</p>	<p>6、近年来华融湘江银行银行的不良资金比例较高。</p>
<p>机会</p>	<p>威胁</p>
<p>1、信息技术时代到来，华融湘江银行要借此机会进行升级，开拓互联网渠道。</p> <p>2、现阶段互联网银行才刚出来不久，很多法规、制度、管理体系并未完善，华融湘江银行要趁此机会进行升级抢夺互联网上的市场份额。</p>	<p>1、互联网银行的出现，直接威胁到商业银行的垄断地位</p> <p>2、在去年年底央行发布新规，给银行设定关于房贷规模的两道红线。</p> <p>3、数字货币时代的逼近，使商业银行出现变革。</p>

六、目标人群分析

华融湘江银行推出的线上 APP 和掌上生活两款 APP 面对的不仅仅是银行的 VIP 客户或者是大企业的老板，而是各类 18 周岁以上的消费群体。

虽然已满 16 周岁可以在监护人陪同下或自己办理银行储蓄卡，但是手机银行的多中服务是暂时不能使用的，因此目标人群是在 18 周岁以上有民事行为能力的公民。

18 周岁以上有民事行为能力的公民是一个庞大的群体，不同年龄阶段的人群的消费习惯、行为习惯都不一样，因此根据年龄所处的人生阶段可以把它分成三类

18~22 周岁：这类人群大部分是在校学生，依靠父母的生活费或是自己简直赚取的费用进行消费。

23 到 30 周岁：这类人群是已经出来工作的年轻人，拥有稳定的收入，但是大部分喜欢超前消费，购买奢侈品、汽车、房子。

31~55 周岁：这类人群多数已经组建家庭有自己的孩子，他们有稳定的收入不再超前消费但是却背负房贷、车贷还有关于孩子一系列的费用。

56~80 以上周岁：这类人群大多数已经退休，还清之前的债务。这类人群大多数对手机的使用并不熟悉精通。

七、营销改进方案

目前华融湘江银行与各大商户合作，例如麦当劳、YISHION、必胜客、喜茶等等的人

们耳熟能详的品牌。华融湘江银行用优惠、折扣等让人们到与招行合作的店铺消费时，使用华融湘江银行 APP 支付从而让已经有华融湘江银行卡的消费群体开通手机银行享受优惠，同时也激起没有华融湘江银行卡的消费群体办卡的心思，一举两得。

但是这种方式一般只能吸引年轻消费群体，针对 18~30 周岁的年轻用户需要继续用上方的营销方法进行营销。对于银行来说，只要是 18 周岁以上的人群都是目标群体，而中老年人群体的市场也需要抢占。整套的营销方案目的是让人们都使用华融湘江银行推出的手机银行 APP，因此要针对不同年龄阶段的人群进行不同的营销。

年龄段	营销方式
18~22 周岁	针对这部分的年轻女性，华融湘江银行可以设计多款精美的银行卡，然后可以通过对抖音、微信、小红书等等互联网渠道的推广，吸引年轻女性办卡开户注册开通手机银行。对于年轻男性，华融湘江银行可以于多款游戏商合作，通过华融湘江银行充值就可以享受优惠，这种优惠可以通过互联网大数据进行精准投放。
23~30 周岁	这类人群已经有稳定的收入，喜欢超前消费之余会渐渐懂得感恩父母，因此华融湘江银行可以设计关于母亲节主题、父亲节主题的活动，感恩母亲、父亲；吸引这类人群参加活动，以达到宣传引流的目的。而且这类人群开始考虑购车购房，针对这点，华融湘江银行可以跟各大车行、房地产商合作，在华融湘江银行办理贷款有优惠或者是华融湘江银行独家房贷。
31~55 周岁	这类人群已经组建家庭，养育小孩，他们会重点关注育儿方面的信息咨询，所以华融湘江银行可以从育儿基金方面入手，达到营销目的。
56~80 周岁	这类人群陆陆续续开始退休，领退休工资，而他们会比较关注养老金、养老保险方面的问题。抓住这一点入手，在银行网点、地铁、公交车站等地方投放广告，从而吸引他们到网点咨询，从而达成营销目的。

八、总结

现今是互联网时代，各种金融理财、贷款的手机应用层出不穷，华融湘江银行手机 app 在互联网技术方面存在短板，因此需要不断的优化各种线上硬件软件的功能，提高 app 的兼容度，对 app 卡顿、闪退的问题进行解决。只有手机用户对 app 的体验感好才不会卸载 app，这样才能长久的保留线上用户。

参考文献

- [1] 史艳丽。 会计信息可比性与盈余管理的关系研究[J]. 中国集体经济, 2017, 04:111-112.
- [2] 仵睿龙。 会计信息系统内部控制研究[J]. 知识经济, 2017, 01:137-138.
- [3] 唐亚丽。 浅析事业单位财务会计的内部控制[J]. 中国集体经济, 2017, 01:133-134.