# 商行金融产品创新不足的原因及措施

来源：网络 作者：梦中情人 更新时间：2025-02-22

*第一篇：商行金融产品创新不足的原因及措施产品是企业的命脉。只有不断的向市场提供适销对路的新产品或新的服务项目，企业才会保持旺盛的生命力与竞争力，求得长盛不衰的发展。商业银行金融创新产品的研发是商业银行的一项重要任务，它可以实现商业银行自身...*

**第一篇：商行金融产品创新不足的原因及措施**

产品是企业的命脉。只有不断的向市场提供适销对路的新产品或新的服务项目，企业才会保持旺盛的生命力与竞争力，求得长盛不衰的发展。商业银行金融创新产品的研发是商业银行的一项重要任务，它可以实现商业银行自身发展的需要，转移风险、规避管制、实现资源的优化配置、达到利润最大化、提升商业银行的社会形象、创建银行品牌、增强综合竞争力。

一、商业银行金融产品创新发展存在的问题

1、银行产品创新的自主研发能力较差

近年来，我国银行创新产品的品种日益丰富，如目前已推出的理财创新产品就有百余种，但这些创新产品多以吸纳性、移植性为主，即通过模仿国外或同业的创新产品进行产品研发。例如，我国的保理业务、福费廷业务等，都是通过国外引进的。其次产品同质化现象严重，一家银行自主研发出来的产品很快会被别的银行仿效。再则产品推出的动机很明显是为了抢占市场份额，而不是真正从本银行的利益出发，效益观念淡薄。

2、银行产品创新缺乏整体的规划性

商业银行产品创新缺乏长远的设计和规划，银行内部各个部门仅从本部门局部利益出发，彼此之间缺少信息的交流，使得产品的开发、管理不系统，产品标准化程度低，规范性差，影响了银行金融创新产品的整体协调性。

3、创新产品缺乏个性化，难以满足多样化的需求

我国多数银行缺乏明确的市场定位，产品研发前粗线条的市场划分对客户需求的认知仅停留在表面，导致部分客户的需求得不到满足。根据“二八定律”，银行20％的高端客户创造银行80％的利润，于是，许多银行的创新产品盯住那些垄断行业、大型企业，而中小企业的融资需求却得不到关注。另一方面来看，也因为缺乏合理有效的市场细分，银行推出的单一产品往往面向的是所有的客户群，缺乏为客户量身定做的能力，无法为客户提供个性化解决方案来满足其多样化需求。

二、商业银行金融产品创新不足的原因

1、国内法制及信用环境方面原因

近年来，我国经济金融环境正在发生巨大的变化，而相应的法律法规却跟不上步伐。例如，银行理财业务和电子服务业务缺乏法律的支持。产品创新的要求与相对滞后的法律法规建设之间的矛盾，会使得新兴的产品隐藏着一定法律风险。其次，社会信用观念淡薄。市场经济的正常运行以社会信用为基础，包括政府信用、银行信用、商业信用等。在我国，偷税、逃税、商业欺诈等现象时常发生。社会信用观念淡薄，信用制度的建立落后于国家经济发展的程度，从而制约了包括银行产品创新在内的经济金融活动的开展。

2、电子技术环境方面的原因

电子技术，网络，通讯技术等的发展和应用是商业银行进行产品创新的基础，信息技术能使金融工具的创新得到突破性进展。尽管近年来，我国商业银行的电子化网络建设有了突飞猛进的发展，但受经济发展水平的制约，我国信息技术在金融领域内的应用相比于西方金融业中经营的电子化，网络化还有着很大差距，仍停留在较为粗浅的技术应用阶段。由于我国银行业务发展与科技进步的融合不够，各银行之间技术的标准性，规范性有所差距，使得银行产品通用性差，产品深层次的创新受到制约。

3、管理体制方面的原因

一是行内缺乏专门的机构或部门对市场需求信息及同业的金融产品进行研究，从而做出灵敏的反应。二是管理职能没有适应市场要求及时做出调整。如在新产品推广营销等方面，由于管理部门职能的缺位，造成目前各银行普遍存在宣传报道多、业务宣传少，形象宣传多、产品宣传少的现象，产品营销严重滞后。三是体制不顺，没有在产品开发中形成合力，部门间职责不清，奖罚不明，导致各部门以各自利益为重，普遍存在多一事不如少一事的心理。部门之间协调配合不够，遇到问题推托责任，敷衍了事。四是银行现有的人力资源部门对人力资源的运用观念淡薄，各项激励约束机制尚不健全。人力资源管理未能发挥应有作用，也在一定程度上延缓了产品创新的进程。

4、运营机制方面的原因

当前仍有许多银行对已经到来的金融产品营销时代反应迟钝，没有意识到好的金融产品会大大提高一家行的市场竞争力。因而对金融产品创新的重要性缺乏足够的认识，产品的品牌意识比较淡薄。在发展的战略决策上没有把金融产品创新摆上重要的位置，产品开发和推广应用往往缺乏科学性，尚未形成一个有利于调动各级行、各部门和全行员工创新积极性的机制。近年来各行对科技人员的重视和对产品开发有功人员进行奖赏的做法，在稳定科技队伍方面发挥了一定的作用，但也与其他部门造成了反差。对产品创新中其他领域，如市场调研信息、产品设计、产品营销等领域有功人员却缺乏相应的奖励措施，挫伤了员工的积极性。许多基层营业机构对产品的不足及进行改善的合理化建议、市场真正需求等重要的信息也得不到应有的重视

三、商业银行金融产品创新发展策略

1、放松金融管制，加强金融

监管，保护金融产品创新的成果

金融管制是针对业内所有金融机构的全部行为进行管制；而金融监管是主管部门对金融机构的违法违规行为进行监督和管理。很显然，金融管制会对金融产品的创新加以限制，金融监管则给予金融机构更多创新发展的自由。目前国际金融创新的趋势是放松金融管制，加强金融监管。这是我国需要借鉴的地方，逐渐放松利率管制，推

进利率市场化进程，完善人民币汇率形成机制。稳步加强金融监管，其一，从监管理念由“法无明文规定即禁止”向“法无禁止皆可为”转变，这点实际上为商业银行留下了很多自主创新的空间。其二，监管模式上转向目标导向型，即只规定相应监管标准，商业银行在标准内根据情况自主创新。其三，建立合理的绩效考评制度，构造银行业的良好竞争环境，保护创新成果。

2、通过完善法律、提升社会信用促进商业银行进行金融产品创新

首先，借鉴发达国家的经验，结合我国实际情况，完善现有的法律法规政策体系。其一，取消一些已不再适用当今行业发展的法律法规。其二，制定能够推动产品创新的法律条款，界定清楚金融创新与违规的界限。其三，完善知识产权保护体系，使创新银行的收益得到保障，避免银行间恶性竞争。这些措施为金融监管提供法律政策依据，鼓励银行产品在规范，公平的市场环境中得到创新发展。其次，要提升全社会的信用基础。金融活动的正常开展是建立在信用的基础上，而市场上存在的各种商业欺诈造成的信用危机制约了我国金融的发展。推进经济立法进程，改善社会恶劣的信用环境，加快整个社会信用体系的建设，对欺骗市场的机会主义行为进行惩罚，从根本上解决我国经济金融秩序混乱、违约失信的问题，为金融产品创新创造良好环境

3、发展电子化建设，以技术创新作为银行产品创新的突破口

当代科技日新月异，在计算机、网络、通讯技术已被广泛应用的今天，金融产品的研发必须以电子技术为依托。依靠电子化平台，可以使银行产品的专业性和技术性大大提高，加大了产品模仿的难度，有利于银行维持产品创新的效益，同时也能使其服务向自动化、简约化方向转变。顺应国际银行业趋势，针对我国银行产品薄弱环节，笔者认为要应用技术作为产品创新的主要手段，完善现有的电话银行、手机银行、网上银行的各项服务，及时更新各项功能，切实满足客户的多样化需求。构建客户信息数据库，进行集中、有效的数据信息管理，应用数据挖掘，进行业务产品的研发。

4、明确创新战略，加强产品创新的统一规划

商业银行可在银行内部成立金融产品创新部门，制定产品创新的战略规划。该规划应结合银行自身的特点及市场定位来确定具体的实施步骤，充分利用银行内部的各种资源优势，调动一切力量，提高创新效率，在当今激烈的市场竞争中占据一席之地；其次，进行科学的市场细分，坚持个性化，差异化原则。将具有相似需求特征的客户划分为统一类别，以此研发相应产品，也就是根据客户的业务量、资金量、信誉等方面的情况对客户进行分层管理。通过科学的市场细分可以使银行产品的开发更有针对性，更能实现银行效益。产品创新应坚持个性化、差异化的原则，有选择地为不同市场中的客户设计符合其需要的产品；最后，要不断巩固完善，提高产品质量。对现有的服务项目，应继续进行完善、巩固和提高。有些产品，质量可靠，运行正常，但需要进一步提高或改进。还有一些产品，质量低下，效果不理想，应尽快修改和完善。

5、建立科学的人力资源管理机制，推行产品经理制与客户经理制

商业银行要建立一套科学的人力资源管理机制。通过内部培养，对员工进行银行新业务，新产品的培训，充分挖掘员工最大潜能和创新意识；通过外部引进，聘用专业知识全面，通晓金融工程、风险管理、理财知识，业务能力强的复合型人才，并健全银行内部的激励约束机制，打造一支高素质的产品开发队伍。重点推行产品经理制与客户经理制。银行产品的推出是为了迎合客户的需求，实行客户经理制，指定客户经理为特定客户服务，了解客户的需求，反馈到产品经理。产品经理负责设计开发，细分市场，制定推广计划，再配合客户经理进行产品营销，跟进后续服务。

6、与证券、保险行业合作，进行组合产品的创新

组合产品创新是金融创新上较高的层次，主要是银行、证券、保险产品之间的交叉研发。在我国，由于分业经营，分业监管的约束，银行、保险、证券停留在较为简单的业务合作阶段。因此，在现阶段，我国商业银行在组合产品创新方面的空间还很大，可通过与保险、证券行业合作，扩大业务范围、增加产品品种、拓展市场，通过全面合作，实现优势互补，满足客户的全方位需求，提供更加完善的服务。

**第二篇：农商行创新金融产品以及相关资料介绍**

XX农商行创新金融产品以及相关资料介绍

一、业务指南

（一）申贷主要流程

1、贷款的申请。借款人需要携带相关资料向我行相关支行客户经理提出贷款申请。申请资料一般包括：身份证明（身份证、户口本、结婚证），收入证明（银行指定的格式），资信证明（学历证明、房产证等）等等。

2、信用等级评估。客户经理对借款人的信用等级进行评估。

3、贷款调查。客户经理会在规定时间内对借款人的合法性、安全性、盈利性等情况进行调查。

4、贷款审批。按审贷分离、分级审批的贷款管理制度进行贷款审批。

5、签订合同。与借款人签订借款合同。

6、贷款发放。按借款合同规定按期发放贷款。

7、贷后检查。客户经理对借款人执行借款合同情况及借款人经营情况进行追踪调查和检查。

8、贷款归还。贷款到期，借款人按时足额归还贷款本息，如要展期应在借款到期日之前，向我行提出贷款展期申请，是否展期由我行决定。

（二）贷款人需要提供的资料清单 个人贷款：

该户经营收入）

能够反映其经营活动、收入的其他材料（缴税凭证、水电费凭证、对外投资分红、租金收入等）

企业贷款

1、营业执照正、副本(最新)

2、机构代码证正本、副本（最新）

3、税务登记证正副本（最新）

4、开户许可证

5、公司章程

6、验资报告

7、审计报告（近2期）

8、贷款卡(需年审)

9、资信等级证书

10、近期水电气费发票

11、近期税票

12、购销合同(近期)

13、法人身份证明、法人身份证

14、授权委托书

15、被授权人身份证

16、申请报告

17、企业简介及发展概况

18、董事会或股东会决议（用信提供）

借用核心企业商票专项授信额度获得商票贴现融资；下游紧密型经销商、农户可借用核心企业信用保证获得贷款支持。

贷款对象：与我行认可并合作农业农头企业的上下游小微企业、个体工商户以及农户。

贷款条件：经营正常、信用记录良好、具有较好市场前景、有真实合理的信贷需求，另外小微企业需符合工业和信息化部对小微企业的最新划型标准（详见工信部联企业„2025‟300号文）。

贷款担保：相关农业龙头企业提供担保。

3、小微通

产品介绍：借助市政府、市人行搭建的小微企业融资平台，对符合信贷条件、年销售额在5000万元以下的小微企业发放的简便、快捷的500万以下流动资金贷款。其特点是一次授信，随用随贷，手续简便，周转使用。

贷款对象：小微企业

贷款条件：生产经营正常、信用记录良好、符合转型升级方向、具有较好市场前景、有真实合理的信贷需求，按工业和信息化部对小微企业的最新划型标准（详见工信部联企业„2025‟300号文）可划分为小微企业。

贷款担保：通过与担保公司建立合作关系，签订淮信通产品合作协议，放大小微企业房地产贷款抵押率，最高可执行100%，对设备抵押的贷款抵押率最高可执行60%，通过与担保公司深入合作，进一步控制了信贷风险，提高了综合效益。

产品介绍：为进一步促进我市科技与金融相结合，发挥金融杠杆作用，拓展科技型中小企业融资途径，降低融资成本，分担贷款风险，市金融办牵头开展科技型企业（项目）小额贷款保证保险业务试点工作。该业务运作模式为由财政资金设立风险补偿资金池，市人保险公司和农商行按比例承担科技企业贷款风险。

贷款对象：科技局每年提供的纳入到保证保险项目名单中的科技型中小企业，包括：省市高新技术企业、承担国家和省科技项目的企业、拥有“双创人才”的企业、建有省级研发机构的企业、实施授权发明专利的企业、有高层次产学研合作并实施科技项目的企业。

贷款条件：生产经营正常、信用记录良好、符合转型升级方向、具有较好市场前景、有真实合理的信贷需求，按工业和信息化部对小微企业的最新划型标准（详见工信部联企业„2025‟300号文）可划分为小型微型的企业。

担保方式：对科技企业向农商行提出贷款申请，农商行组织调查和审批，审批通过后农商行协助科技企业提供保险材料，保险公司审核后，出具保险单，农商行与科技企业签订借款合同并发放贷款。

7、专利权质押贷款

产品介绍：为扩大科技型企业融资渠道，我行针对有专利权的企业，以企业专利权质押为担保方式，向企业发放流动资金贷款，期限不超过1年。

贷款对象：科技型企业

贷款条件：原则上企业有两年（含）以上的经营业绩和最近两年

**第三篇：金融创新产品**

金融创新产品——中小公司债

随着国家一系列政策的开展和推行，温州作为“金融创新”试点区的建设进程也提到了日程表上。我认为，作为试点区，温州的金融产品和金融制度设计应走在全国的前列，敢为天下先。鉴于我国公司债的数量和证券发行的数量相比极不匹配（目前公司债券托管总量为2736亿，而上市公司总市值为21.48万亿），同时中小企业融资面临较大困难（前段时间，温州私营业主的跑路潮便是一个体现），我认为，可以在温州这个试点区推行大有作为的金融创新产品——中小公司债。顾名思义，这款债券是由中小企业发行，用来融资的。我设计的这款公司债券具有以下特性：

一，可分拆。债券的优劣，其核心便是利率和期限。利率作用于收益，而期限作用于流动性和风险。鉴于该债券由中小企业所发，其利率必然要比国债和大公司债要高，用来弥补风险溢价，同时，其期限不宜过长，以免流动性不佳。在借鉴了国债和大公司债的利率后，我将该产品设计为3年期浮动利率债券。我将其基准年利率设定为10%（三年期国债为5.12%~5.58%，三年期公司债为

3.5%~8.5%），将其期限设定为三年（为了让其具有较高的流动性）。受到摩根大通帮助墨西哥特莱维萨公司融资的启发，我将该产品同样设计为可分拆的属性。一半的利率为(1.5一年期SHIBOR+4%),另一半的利率为（16%-1.5一年期SHIBOR）。二者合并的利率是（4%+16%）/2=10%。两种走势截然不同的产品可以分别卖给不同风险偏好的投资者，使该债券的销售更加容易，同时增加了流动性。

二，可赎回。由于在前面的设计中，我将该公司债的利率设计成与SHIBOR相关的双向浮动，因而在SHIBOR太高或是太低时，公司都有可能受到损失。例如，当SHIBOR过高时，（1.5一年期SHIBOR+4%）产品则水涨船高；而SHIBOR降低时，（16%-1.5一年期SHIBOR）产品仍然给予投资者过高的收益。所以，可赎回这个属性的加入，可以有效地降低企业的风险。

根据到现在为止SHIBOR的走势，其隔夜到一年之间的利率大抵在3%~5%之间浮动。那么，我认为当一年期SHIBOR达到8%时，可将（1.5一年期SHIBOR+4%）产品赎回，而一年期SHIBOR降到3%时，可将（16%-1.5一年期SHIBOR）产品赎回。

三，可延期。为了进一步地扩大销售的数量，降低融资的难度，我给该债券赋予了可延期的属性。也就是说，中小企业可以选择在第一二年选择不付息，而在第三年支付更高的利息。在我的设计中，第三年（1.5一年期SHIBOR+4%）产品的利率为原基础上再加4.5%，而（16%-1.5一年期SHIBOR）产品的利率为在原基础上再加4.5%。

总的来看，我这款产品还有很多不足：一，受到学识的限制，我无法给出更准确的定量数据，例如一期发多少债券，赎回利率设多少，使用的一些数据，例如10%的基准利率也是根据网上的数据对比，总结而得，较不科学。二，没有涉及到前期准备和后期操作，在设计完后，我才发现：我没有帮该债券设计销售方案，也未引入承销商和担保银行，等于没头没尾，很不完整。但是，我还是很欣慰，因为这毕竟是我设计的第一次的产品，虽不完整，但可继续尝试。

**第四篇：金融产品创新分析**

金融产品创新分析

当前，要提高我国商业银行的竞争力，主要的市场手段就是进行银行金融产品创新，而我国商业银行业的金融产品创新能力却相当薄弱。因此，本文主要分析我国商业银行金融产品创新的现状，找出我国商业银行金融产品创新存在的不足并提出建议，以提升我国商业银行金融产品创新能力。

在残酷的市场竞争中，商业银行开展金融产品创新是增强盈利能力并实现可持续发展的关键，也是防范和化解金融风险的有效途径，因此，商业银行必须积极进行金融产品创新，同时这也是商业银行产品竞争的客观要求。

商业银行金融产品创新不仅仅是银行业对产品进行的完全自主的原创性的开发，还包括引入国外已经成熟的产品，对原有产品的功能进行拓展、产品间的组合和重新组合，产品的重新市场定位等。

首先，金融产品创新必然伴随着金融机构和金融产品的日益丰富，从而使金融部门能运用各种金融产品来消化经营风险;其次，金融产品创新能推动金融市场向前发展，可以实现风险的社会分散化;最后，金融产品创新保证了产品的多样化和服务的特色性，使客户从中得到方便和利益。

目前我国商业银行金融产品创新落后产生的滞后效应已经显现，而且负作用大，应引起商业银行和相关监管机构的足够重视

(一)金融产品创新缺乏针对性

首先，一些银行在创新过程中只图规模，不注重效益，以提高自身知名度、抢占市场为主要目标，并不是真正围绕客户需求而开发产品。同时，产品开发和改进往往从行内部门的局部利益出发，对客户需求缺乏必要的细分和整合，导致不能有针对性地开发出具有前瞻性和吸引力的金融产品。

(二)金融产品创新层次较低

近年来，商业银行创新的产品多达百余种，范围涉及银行经营的各个层次，但大多是通过“拿来”方式从国外或同业模仿、引进的，吸纳性的创新多，真正由自己首创、具有特色的原始性创新少，独特性不强，商业银行之间的产品同质化现象比较突出，不但无法成为自己的核心产品，反而形成了过度竞争，往往进行的是低水平的价格竞争，而不是高层次的服务竞争和差异化竞争。另外，产品创新的范围虽广，但大多数属于科技含量少的低层次金融产品。各家银行推出的创新产品大多是在传统业务基础上的创新，缺乏复杂的衍生金融产品创新，以及各类金融产品组合创新，这就使得我国商业银行金融服务的广度和深度还很不够。

(三)金融体制不完善

金融监管部门对商业银行的新业务按一级法人管理，逐级授权的原则，予以审批或备案。商业银行分支机构开办或增办的业务，原则上不得超过其上级行的业务范围。因此，金融监管部门在审查商业银行新业务时，对超出现行规定的创新行为往往持观望的态度，这与商业银行对发展新业务的需求不相适应。另外，我国的金融体制长期以来受行政干预很大，而且在某一特定情况下，国家为稳定社会经济生活的需要，所制定的经济政策也会对商业银行的经营造成很大的影响，金融业激发不出创新的活力。

(四)社会信用观念淡薄

市场经济的正常运行以社会信用为基础，包括政府信用、银行信用、商业信用等。而目前我国，社会信用观念淡薄，信用制度的建立落后于国家经济发展的程度，从而制约了包括银行产品创新在内的经济金融活动的开展。

(五)机构设置调整缓慢

在内设机构上，主要按照业务及产品分类设置部门，一个部门只负责提供一种或几种产品和服务，部门之间缺乏信息沟通，无法从整体上对业务进行综合管理，更难以对客户、渠道、业务等进行成本分析。

(六)缺乏金融创新人才

目前国内商业银行产品创新低效的一个重要原因是人才缺乏。在整个产品创新过程中，对人员素质要求很高，但我国商业银行投资理财及信息科技等方面的产品创新开发人才以及符合创新需要的理论与实践、业务与技术相结合的复合型人才比较缺乏，自主研发创新的能力不强。

以某银行的金融产品为例

一、市场分析

第一季度银行理财产品发行总量为4426款，环比增长43.6%，同比增长146.0%。发行量上升的原因主要是商业理财产品创新能力增强，理财市场逐渐发展成熟。与此同时，央行上调存款准备金率及存贷款利率，收紧市场流动性，银行发行理财产品可缓解部分存贷压力。毫无疑问，银行理财产品已稳居理财市场的第一位，规模超过其他类别理财产品的总和，成为推动国内理财市场发展的主要力量。

西方发达国家的个人理财业务发展已相对成熟，成为了银行的主要赢利性业务。相比之下，我国商业银行的理财业务还处在起步阶段。在中国，理财市场目前还是个新兴市场，以前都是照搬别人的模式，国内银行只获取微薄的代销费用，真正管理产品的是研发该产品的国外银行，巨额利润也被他们获取。然而，金融危机使国外银行产品的设计和运作能力受到质疑。因此金融危机之后，国内银行渐渐摒弃“拿来主义”，开始组建自己的研发团队和管理团队，对产品进行自主研发、自主投资和自主管理，自主研发产品将成为今后理财市场的主流。面对来自金融危机的影响，国内银行在理财产品业务创新方面将不得不谨慎行事。据调查分析，理财产品的潜在客户很大，需求也很多，在中国的市场前景可谓是广阔的，然而，越来越多的银行也逐渐认识到理财业务蕴含的巨大利润空间，成为银行业竞争最激烈的焦点之一。虽然面临的竞争对手很多，但是相关的经营机制和体系还不完善，存在着很多因素制约理财业务发展的因素。只要设计出符合客户的理财产品，就能吸引越多的客户。经过 数次整顿之后，银信合作产品在过去几个月已经大幅减少。而目前可以确信的是银行理财资金将与信贷资产无缘，在信托产品中见到信贷资产的可能性也比较小。因为信贷资产的缺位，银信合作产品的量也将处于低迷状态。银信合作不会就此消失。由于市场的复苏，证券投资将是银信合作的亮点。加强与证券公司的合作将是银行销售理财业务的一种方式。

二、消费者需求分析

1、从调查问卷上可知，理财投资（除储蓄外）占家庭总收出的比重至只占了10%—30%，潜在的顾客还是挺多的，而且消费者的需求也很大。加上最近的通货膨胀，货币的贬值以及物价的上涨，给消费者带来了不少影响。由于国家加大了对房地产的调空，目前的房地产市场处于低迷状态，进而越来越多的投资者转向其他投资，如股票、外汇等投资领域。又由于股票、外汇的投资风险很大，许多投资者又不敢踏入高风险的投资，担心高风险带来的是低收益或者是亏损，而银行理财产品是一个风险相对较低，并且消费者对银行理财产品的放心程度很高。综合上述分析可预测在2025年下半年，消费者对银行理财产品的需求会增大，这无疑给我们销售理财产品带来了一个好时机。

2．潜在客户群分析

调查问卷结果显示，银行理财产品的潜在客户年龄在25—45之间、月平均收入1500~10000元之间的占多数，呈现年轻化、平民化。同时，这群年轻人正处于职业的上升期，未来预期较好，理财需求很高，他们应是商业银行重点关注的潜在客户。一般而言，年轻人具有良好的接纳能力，对新鲜的事物乐于尝试，同时，这样的家庭负担较轻，具有较强的购买力。被调查的人群中，从事文化教育、学生、IT行业的客户购买银行理财产品占极少数，这些都是我们银行潜在的目标客户。同时调查发现，被调查者对风险的承受能力较弱，有66%的被调查者认为银行理财产品有一定的风险，安全性和收益性是他们选择个人金融理财产品时考虑的首要因素。另外，被调查者对银行的理财方向和透明度较关注。

三、内部条件分析

1．网点分布情况

XX银行具有遍及全国大小城市的机构网点和近几年建成的最先进的计算机网络系统，这种有形的网点与无形的网络使得广州银行既具有大型银行的显著特点和优势，又具有社区小银行的功能和优势。

2．员工素质

XX银行有着精英的理财团队，每位员工都具有较高的素质，特别在理财业务的员工具备扎实的业务水平、交际能力强，与客户的沟通能力强，具备敏锐的观察力与判断力，这有助于本行发现潜在的优质客户。同时，在处理特别事件的能力很强，员工的高素质为我们银行销售理财产品提供了优越的条件。广金银行要使自己的团队成为精英团队，在金融市场中有优势兵力，强打猛攻，最大限度地提高理财市场占有率，培养人才，长留人才。

四、营销方案的建立和实施 1．产品目标市场定位

XX银行以“立足地方，服务市民，支持地方经济发展”的市场定位的思维模式，在巩固现有客户关系的同时，发现和挖掘潜在客户。经过调查分析，我们的客户群体主要是收入在1500-10000元之间的客户，挖掘从事文化教育、学生、IT行业的客户，根据不同的客户类型制定不同的理财方案。总之，为中小客户和城市居民理财是广金银行的基本理财定位。2．产品总体概念、品牌形象介绍

XX银行理财产品有着不同的投资领域，大致可分为债券型、信托型、资本市场型、挂钩型及QDII型产品。

债券型理财产品，这类人民币理财产品实际上为客户提供了分享货币市场投资收益的机会。

2.信托型本币理财产品根据信托计划的实际运作情况，投资人还可获得额外的浮动收益。挂钩型本币理财产品投资于股市，通过信托投资公司的专业理财，银行客户既可以分享股市的高成长，又因担保公司的担保可以有效规避风险。

QDII型本币理财产品，本行将发售的“同升三号”股票联结型理财产品，投资于全球著名的金融公司股票，期限是18个月，保证100%的本金归还。

在以上的理财产品基础之上，我们也会打造本行的“金太阳理财”品牌，主要面向高端客户群体，向他们提供更加细心的理财服务。

3．价格策略 XX银行以“客户满意、保本微利”为理财的基本原则。凡在我行开理财产品的账户的，我行给予免年费，当理财基金达到一定限额时可以免手续费，没有设理财产品的进入门槛，这都可以吸引更多的客户到我行进行理财产品的投资。

方案：XX教你如何理财

①活动时间：2025年10月22号

②活动地点：广州天河区迎宾馆二楼多功能厅

③活动内容：2025年10月22日在广州天河区迎宾馆二楼多功能厅举行理财讲座 ④活动的组织实施：2025年10月22日号14:30，由本行两位高级理财经理讲述他们曾经的理财故事并给予一些理财技巧等，并对来听讲座的人都要填写一张调查问卷。

⑤活动预算：租用迎宾馆二楼多功能厅 3000元 ⑥活动效果评估：

通过这次讲座，能给听讲座的人培养良好的理财意识，并提高他们的理财意识和拓宽他们的理财知识。同时，也可宣传一下广金银行的“金太阳理财”品牌。

**第五篇：大学生学习动力不足原因及措施**

主要原因：

1、进人大学后没有及时确定学习目标，心理落差大。进人大学前以考入理想大学为唯一的学习目标和学习动力，缺乏长远目标，因此，虽然学习动机非常强烈，但却属于狭隘的近景性学习动机。很多同学一且考上大学，实现近景目标，就进人了“动力真空带”，出现厌学情绪。此外，进人大学前由于繁重的学业负担，没有时间和精力培养自己的特长和业余爱好，进人大学后，学生自由支配的时间相对较多，于是就花大量的时间和精力迫切的想锻炼自己在其它方面的兴趣爱好，而对学习失去了应有的兴趣。

2、大学前后学习模式的巨大差异，部分学生学习适应困难。大学前后的教学模式有很大的差别，入大学前的教学主要以教师讲授为主，学生的学习活动相对比较被动且有章可循;而大学的教学着重培养学生的学习能力，以及对学习的兴趣，要求学生具有独力思考和研究学习的自觉性。大学里课程门类多、课时多，教师讲课又不拘泥于一本教材。这样一来，对于依旧沿着中学的思维模式和学习方法进行学习的学生便产生了学习适应困难。加上大学教师与学生课后对话少，疑难问题得不到及时解答，致使疑难问题越来越多，部分学生无法听佳授课内容而产生苦恼，对学习失去信心。

3、专业思想动摇，对自己的专业学习失去信心。学生在入校前，填报志愿非常茫然，有相当一部分学生就读的专业并非自己所选择的理想志愿，对所学专业、发展目标、就业前景等了解甚少或者一无所知，更谈不上热爱自己的专业和学习了。所以在学习上常显茫然和被动。调查显示，学生所读的专业是否自己选择，对学生在校时的学习状况影响较大:凡是根据自己的学习兴趣，由自己选择专业或由父母提出参考并指导其选择专业的学生，进人高校后绝大多数学生都能以积极的心态对待学习，能严格要求自己，不放松学习，认真努力学习各门功课，往往能取得好的成绩;而由父母做主，或经学校调剂的学生，进校后其学习成绩一般较差，也最容易出现降级、退学、转专业等情况。

4、就业的困扰。自2025年以来高校毕业生人数与年俱增，从2025年的550万，2025年的超600万，到2025年全国大学毕业生人数将达630余万。在社会需求与往年基本持平的背景下，高校毕业生面临的就业压力也越来越严峻。面对这一现状，新时期大学生就业的困扰越来越突出。有调查显示，部分大学生比较普遍地认为自己在大学中并没有掌握实用的知识，埋怨学校没有教会他们更多适应市场所播要的技巧和能力，因此极易产生茫然、不知所措的消极情绪。

学校角度措施：

1、加强大学生理想教育，引导他们及时确定高尚的远景性学习动机，树立远大的理想。一年级是大学阶段的重要时期，因此，大学新生入校后，学校领导、学生思想政治辅导员以及专业老师都应该及时加强对学生人生观、价值观教育，有目的、有计划地聘请知名教授、青年学者为新生开设系列讲座，使大学生认识到自己肩负的历史使命，增强民族贵任感、社会责任感和时代紧迫感，使社会和教育的外部要求，转化为大学生的内部孺要，培养学生树立高尚的远景性学习目标。

2、创造全员育人的学校环境，提高教学效果。对学生进行必要的专业教育与加强理想教育同样重要，提高教学效果，主要应从教学内容和教学方法两方面人手，要增强教学内容的新颖性、形象性和多样性，教学难度应该适中，使学生在可接受的范围内获得愉快的情感体验;教学方法上，应改变传统的“填鸭式”教学模式，使课堂教学从单纯“知识传授型”向“综合思维能力训练型”转变，培养学生对所讲授学科主要问题进行分析和思考的能力，调动学生学习的积极性，启迪学生的创造性思维和主动学习的精神。

3、对学生进行必要的专业思想教育。如果说理想教育是帆，那么专业教育就是桨，它在学生的大学生涯中起着不可取代的导向性作用。一方面，学生入学后，学校及时对新生进行专业思想教育；使学生对自己所学的专业方向、专业前沿知识以及就业前景等有一个总体的认识和把握，为今后大学的学习打下方向性基础;另一方面，学生所在学院的学生工作人员和专业负责人加强与学生的联系，对学生进行必要的过程性的专业思想教育，避免学生因专业思想动摇而产生的学习倦怠、学习目标不明等消极情绪。

4、学校结合社会、学校和学生的具体特点，制订适合学生发展的目标体系。学校应善于将国家、社会需要和大学生个人发展实际需要有效的统一起来，引导学生制订科学合理的目标体系。目标体系一般可由强制目标和激励目标组成。强制目标包括教学大纲、英语等级考试、计算机等级考试、毕业和取得学位证书必需完成的要求等等，它是大学生需要在大学时期的不同阶段予以完成的短期目标，作用在学生身上体现为一种压力，因此设计强制目标要注意难度的选择，难度过大容易使学生气馁，失去信心;过于容易又不能对学生构成压力，发挥不了作用。所以目标设计要根据大学生实际情况，赋予一定的挑战性，使学生

跳一跳才能达到。激励目标一般表现为一种主动进取的精神，具有长期性和导向性。此目标体系应是一个动态的系统，应与时俱进地给予修改调整。设计目标结合“自上而下”和“自下而上”的原则，学校与学生充分互动、反复讨论，学生参与目标体系的制订。这一目标体系的制订，使学生一进大学就明白在校时期的阶段目标，一方面加强了对学生的目标引导;另一方面，使学生可以运用目标管理法对自己的大学学习生活实施目标管理，结合其内在学习需要，充分发挥自主意识和主观能动性，主动利用好外部有利条件，从而有效增强学习动力。

5、加强对学生的就业指导。面对经济社会迅速发展和高等教育改革不断深人的新形势，学校除了不断拓宽理工科专业学生的就业市场外，还要加强对学生的就业指导，努力构建起“一个目的、一个基础、一个手段”的学生就业指导体系，更好地促进这部分大学生成功就业。首先，就业指导要以提高学生的就业能力为目的，即帮助学生培养自己的潜能和创造力，获得求职择业能力和面向社会的生存能力;其次，就业指导要以职业生涯规划为基础，即学生个人应结合自身情况以及眼前的制约因素，为自己实现职业目标而确定行动方向、行动时间和行动方案;最后，就业指导要以持续改进过程为手段，即必须针对大学生可塑性强、自主意识强等特点，充分发挥大学生就业的主体性和能动性，通过科学的持续改进的方法，引导他们积极地去解决一个又一个与就业有关的问题，不断提高大学生的就业能力和抗挫折能力。引导学生立足当前，面向未来，克服学习动力不足带来的懈怠情绪。

学生角度措施：

1.要树立正确的价值取向。许多学子们的学习动机都是根据自己的想法来制定拟取的。大学生并没有完全踏入社会，社会经验远远不足，许多事情都是以个人意志来做的，而人生观、价值观对大学生们影响几乎是决定性。正确的价值取向会给他们以正确指导，从而是正确的做法。同样，错误的价值取向会给他们错误的指导，从而是错误的做法。有些大学生做事，或许很个性，但却不一定是正确的，所以树立正确的人生观、价值观是十分必要和重要的。

2.拥有自信心，树立正确的自我概念。自我概念是一个复杂的动态的学习者个体拥有的关于他自身存在的而且与他的性格特点相一致的主观评价和意识的全部。自我概念的最主要含义是自我形象。自我形象指每个人对自己的学习能力及其在别人心目中的地位的主观评价和意识。自我概念与师生关系,同学间关系以及他自己的性格特点都有密切关系。如果一个学习者从老师、同伴那儿得到良好反馈,他会更加自信,他会有更加强烈的动机去取得更大的成绩。Williams &Burden认为学生的学习动机特别受到学生自我评估的影响。学习者的自我概念会对他的课堂表现产生很大影响。学生个体应努力消除对自己的自我形象持消极否定态度的错误观点,全面地了解自己，乐观地寻找机会参加各种学习活动。

3.确立学习的短期目标和长期目标。学习目的有远期与近期之分，远大的学习目的是建立在社会需要基础之上的，例如：“为实现中华民族的伟大复兴而学习。”近期学习目的是以学习的具体活动或具体教学要求相联系，如准确理解某个词义的含义就是课堂教学要求的反映。大学生在学习过程中，既要有长远的明确目标，又要有短期具体的学习目的，后者是有效完成学习任务，从而成功地达到远大学习目标的关键。

4.注重培养自己的学习兴趣。学习兴趣不仅具有促进人的学习作用，而且在学习过程中还会使人伴有愉快的情绪体验，有利于促进人产生进一步学习的需要。兴趣是最好的老师，有了兴趣，可以说就有了很好的动机，培养学生的兴趣可以从这几个方面来入手：

(1)学生可以通过找课本中有用的、切合实际的、易与现实联到一起的东西去读，使自己对这些东西感兴趣，才会想去学习。

(2)组织一些第二课堂活动。第二课堂活动可以使学生面对实际问题，运用所学的知识解决实际问题，并从中体验成功的的喜悦和学习的快乐，这是提高兴趣的重要途径。

5.正确面对挫折和失败。在人的成长道路上，失败与挫折就像预先为人设下的激流险滩，只有通过它，才能达到成功的彼岸，当遇到挫折或失败时，要挺住，不气馁，敢于承认和正视挫折的存在，要有与挫折抗争的精神，学会在失败中奋起，在挫折中成长。

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！