烈士陵园、纪念馆服务行业市场需求分析报告及未来五至十年行业预测报告

目录

申明.....
一、2023-2028 年宏观政策背景下烈士陵园、纪念馆服务业发展现状.....
(一)、2022 年烈士陵园、纪念馆服务业发展环境分析.....
(二)、国际形势对烈士陵园、纪念馆服务业发展的影响分析.....
(三)、烈士陵园、纪念馆服务业经济结构分析.....
二、烈士陵园、纪念馆服务行业发展状况及市场分析.....
(一)、中国烈士陵园、纪念馆服务市场行业驱动因素分析.....
(二)、烈士陵园、纪念馆服务行业结构分析.....
(三)、烈士陵园、纪念馆服务行业各因素（PEST）分析.....10.....
1、政策因素.....10.....
2、经济因素.....11.....
3、社会因素.....12.....
4、技术因素.....12.....
(四)、烈士陵园、纪念馆服务行业市场规模分析.....12.....
(五)、烈士陵园、纪念馆服务行业特征分析.....13.....
(六)、 烈士陵园、纪念馆服务行业相关政策体系不健全.....13.....
三、2023-2028 年烈士陵园、纪念馆服务行业企业市场突围战略分析.....14.....
(一)、在烈士陵园、纪念馆服务行业树立“战略突破”理念.....14.....
(二)、确定烈士陵园、纪念馆服务行业市场定位、产品定位和品牌定位.....15.....
1、市场定位.....15.....
2、产品定位.....15.....
3、品牌定位.....17.....
(三)、创新寻求突破 .....18.....
1、基于消费升级的科技创新模式.....18.....
2、创新推动烈士陵园、纪念馆服务行业更高质量发展.....19.....
3、尝试业态创新和品牌创新.....20.....
4、自主创新+品牌.....20.....
(四)、制定宣传计划 .....22.....
1、策略一：学会做新闻、事件营销——低成本的传播工具.....22.....
2、策略二：学会以优秀的品牌视觉设计突出品牌特色.....22.....
3、策略三：学会使用网络营销 .....22.....
四、烈士陵园、纪念馆服务行业政策背景.....23.....
(一)、政策将会持续利好烈士陵园、纪念馆服务行业发展.....23.....
(二)、 烈士陵园、纪念馆服务行业政策体系日趋完善 .....23.....
(三)、烈士陵园、纪念馆服务行业一级市场火热,国内专利不断攀升.....24.....
(四)、宏观经济背景下烈士陵园、纪念馆服务行业的定位.....24.....
五、烈士陵园、纪念馆服务行业（2023-2028）发展趋势预测.....25.....
(一)、烈士陵园、纪念馆服务行业当下面临的机会和挑战.....25.....
(二)、烈士陵园、纪念馆服务行业经营理念快速转变的意义.....26.....
(三)、整合烈士陵园、纪念馆服务行业的技术服务 .....27.....
(四)、迅速转变烈士陵园、纪念馆服务企业的增长动力.....27.....
六、2023-2028 年烈士陵园、纪念馆服务业竞争格局展望.....28.....

(一)、烈士陵园、纪念馆服务业经济周期分析.....28
(二)、烈士陵园、纪念馆服务业的增长与波动分析.....28
(三)、烈士陵园、纪念馆服务业市场成熟度分析.....29
七、烈士陵园、纪念馆服务行业竞争分析.....30
(一)、烈士陵园、纪念馆服务行业国内外对比分析.....30
(二)、中国烈士陵园、纪念馆服务行业品牌竞争格局分析.....31
(三)、中国烈士陵园、纪念馆服务行业竞争强度分析.....32
1、中国烈士陵园、纪念馆服务行业现有企业竞争情况.....32
2、中国烈士陵园、纪念馆服务行业上游议价能力分析.....32
3、中国烈士陵园、纪念馆服务行业下游议价能力分析.....32
4、中国烈士陵园、纪念馆服务行业新进入者威胁分析.....33
5、中国烈士陵园、纪念馆服务行业替代品威胁分析.....33
(四)、初创公司大独角兽领衔.....33
(五)、上市公司双雄深耕多年.....34
(六)、烈士陵园、纪念馆服务巨头综合优势明显.....34
八、烈士陵园、纪念馆服务行业未来发展机会.....35
(一)、在烈士陵园、纪念馆服务行业中通过产品差异化获得商机.....35
(二)、借助烈士陵园、纪念馆服务行业市场差异赢得商机.....36
(三)、借助烈士陵园、纪念馆服务行业服务差异化抓住商机.....36
(四)、借助烈士陵园、纪念馆服务行业客户差异化把握商机.....37
(五)、借助烈士陵园、纪念馆服务行业渠道差异来寻求商机.....37
九、烈士陵园、纪念馆服务行业风险控制解析.....38
(一)、烈士陵园、纪念馆服务行业系统风险分析.....38
(二)、烈士陵园、纪念馆服务业第二产业的经营风险.....38
十、烈士陵园、纪念馆服务行业多元化趋势.....38
(一)、宏观机制升级.....38
(二)、服务模式多元化.....39
(三)、新的价格战将不可避免.....39
(四)、社会化特征增强.....39
(五)、信息化实施力度加大.....40
(六)、生态化建设进一步开放.....40
1、内生发展闭环,对外输出价值.....40
2、开放平台,共建生态.....40
(七)、呈现集群化分布.....41
(八)、各信息化厂商推动烈士陵园、纪念馆服务发展.....42
(九)、政府采购政策加码.....42
(十)、个性化定制受宠.....42
(十一)、品牌不断强化.....43
(十二)、互联网已经成为标配“风生水起“.....43
(十三)、一体式服务为发展趋势.....43
(十四)、政策手段的奖惩力度加大.....44
十一、“疫情”对烈士陵园、纪念馆服务业可持续发展目标的影响及对策.....44
(一)、国内有关政府机构对烈士陵园、纪念馆服务业的建议.....45
(二)、关于烈士陵园、纪念馆服务产业上下游产业合作的建议.....45

(三)、突破烈士陵园、纪念馆服务企业疫情的策略 .....46.....

申明

中国的烈士陵园、纪念馆服务业在当前复杂的商业环境下逐步发展，呈现出一个积极整合资源以提高粘连性的耐寒时代。此外，在内部竞争激烈、外部成本压力加大的情况下，烈士陵园、纪念馆服务业的整合步伐加快，进入了竞争与整合的白热化时期。

本报告主要分为七个部分。同时，本报告整合了多家权威机构的数据资源和专家资源，从众多的数据中提炼出烈士陵园、纪念馆服务行业真正有价值的信息，并结合当前烈士陵园、纪念馆服务行业的环境，从理论、实践、宏观和微观的角度进行研究和分析，其结论和观点力求做到前瞻性和实用性的统一。本报告只可作为参考模板用作学习参考，不能那个作为其他用途。

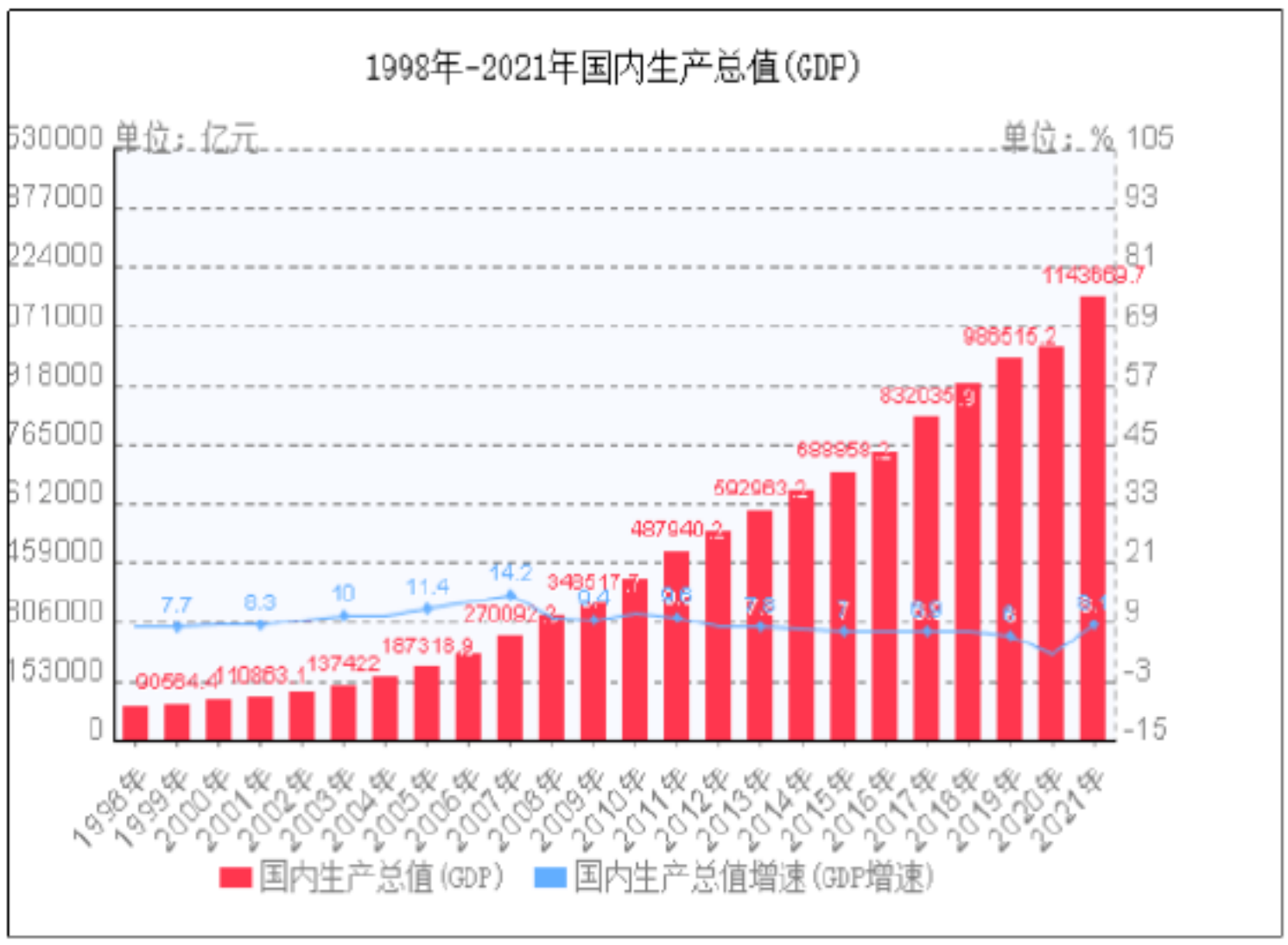
一、2023-2028 年宏观政策背景下烈士陵园、纪念馆服务业发展现状

(一)、2022 年烈士陵园、纪念馆服务业发展环境分析

烈士陵园、纪念馆服务业的环境不断改善，新的市场主体不断涌现。据国家统计局统计，中国国内生产总值（GDP）比上年增长 8.1%，两年平均增长 5.1%，居世界主要经济体之首。

经济规模超过 110 万亿元，达到 114.4 万亿元，居世界第二大经济体，人均 GDP突破 8 万元。2021，中国人均 GDP将达到 80976 元，

按年均汇率计算将达到 12551 美元，超过世界人均 GDP水平。在此期间，烈士陵园、纪念馆服务业稳步发展并保持增长。2021，新的税费减免项目和北京证券交易所的推出，也为烈士陵园、纪念馆服务行业的相关企业开辟了一个新的天地，供直接融资。在疫情的影响下，发展不平衡和不足的问题日益突出。中国积极扩大内需战略，大力推进供给侧结构性改革，烈士陵园、纪念馆服务业结构调整和转型升级取得新进展。全国居民恩格尔系数为 29.8%，比上年下降 0.4 个百分点。内需对企业增长的贡献占主导地位，消费结构持续升级，烈士陵园、纪念馆服务业需求结构持续改善。



(二)、国际形势对烈士陵园、纪念馆服务业发展的影响分析

俄乌冲突后，全球大宗商品价格全面上涨，油价近八年来首次突破 100 美元，间接导致烈士陵园、纪念馆服务业运营成本上升。随着

油价上涨，全球高通胀压力也在迅速上升。未来几年，烈士陵园、纪念馆服务业产业链上的上下游企业将面临更大的压力。同时，受疫情影响，世界经济复苏艰难，全球生产和供应周期不畅，全球烈士陵园、纪念馆服务业也在积极推进新发展思路的建设。虽然从总体上看，国内发展面临着需求萎缩、供给冲击和预期减弱的压力，但长期以来烈士陵园、纪念馆服务业的基本面没有改变，发展韧性好、潜力充足、空间大的特点没有改变。



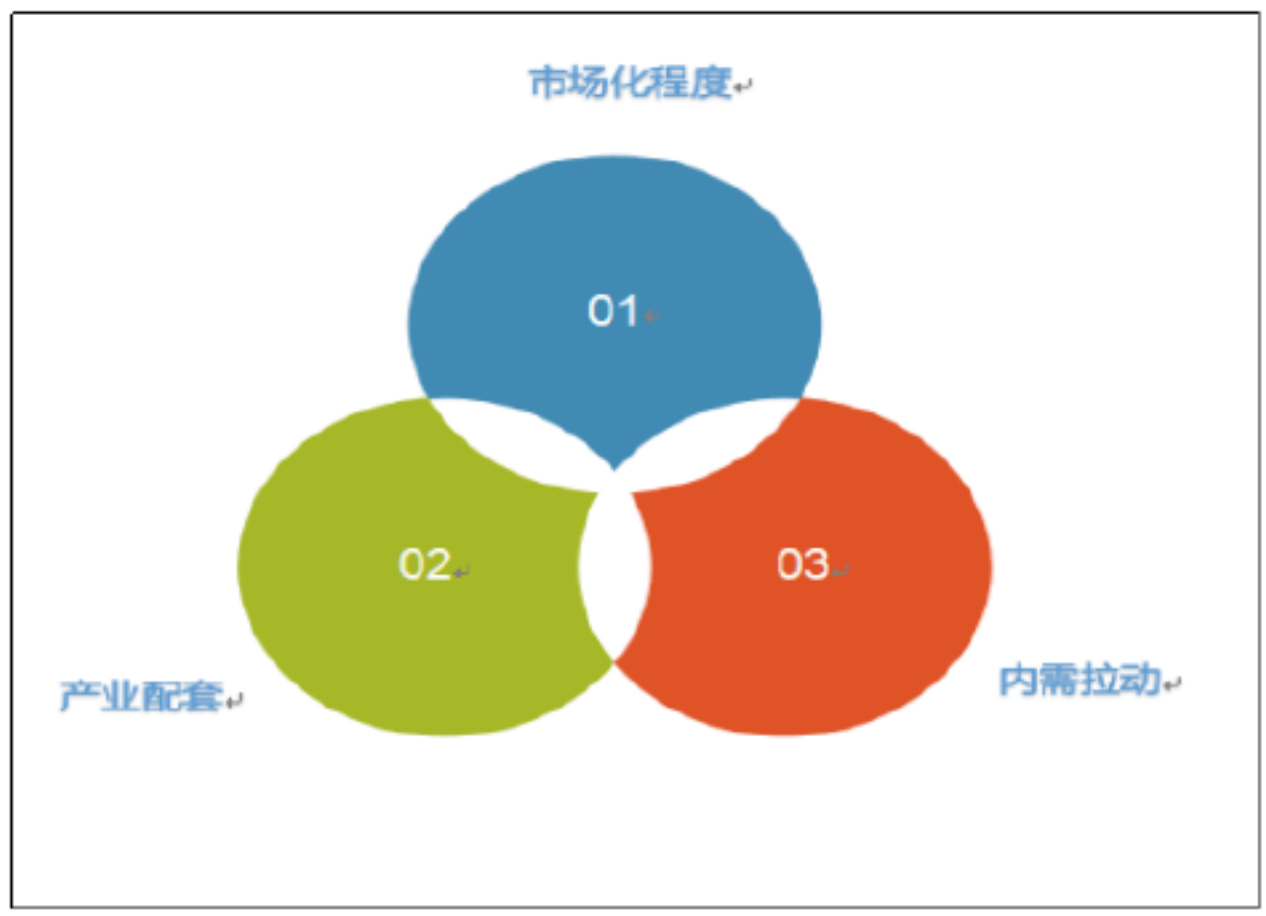
(三)、烈士陵园、纪念馆服务业经济结构分析

一是烈士陵园、纪念馆服务业市场化程度逐步提高。从上游供应到市场部署；企业往往通过资本市场实现兼并、破产和重组；产业布局呈现资源（资金、技术、人才）向东南演进、集中、转移的趋势，

烈士陵园、纪念馆服务行业协会的作用逐渐显现优势。

二是大力支持烈士陵园、纪念馆服务业。从产业结构来看，我国的烈士陵园、纪念馆服务业有许多子产业，产业链体系相对完整；从产业布局看，大企业集中在重点城市，中小企业集中在县、镇、乡，形成产业集群，基本形成相互协调、相互支持的格局。

第三，内需是主要驱动力。随着国民经济的快速增长和居民可支配收入的提高，国内对烈士陵园、纪念馆服务业的消费需求仍有很大的增长空间，这将继续是该行业发展的主要动力。



二、烈士陵园、纪念馆服务行业发展状况及市场分析

(一)、中国烈士陵园、纪念馆服务市场行业驱动因素分析

烈士陵园、纪念馆服务行业市场热度持续高涨，技术、安全、品种的不断革新是其应用场景得到跨越式发展的根本原因。烈士陵园、

纪念馆服务行业用户需求量的激增极大宽泛了其应用的宽度和广度。其一表现为： 烈士陵园、纪念馆服务产业链中原材料和供应商的进一步融合推动,对产业源端的升级重组,产业流程的优化更加有利;其二表现为： 烈士陵园、纪念馆服务技术、品质、品种的快速迭代更新,更加有利于产品的持续升级和质量提升,更进一步满足了用户的不同新需求。以上都有利烈士陵园、纪念馆服务产业进一步发展与进步。同时多方的交融使得烈士陵园、纪念馆服务行业产品应用得到更加强劲的发展。

(二)、烈士陵园、纪念馆服务行业结构分析

烈士陵园、纪念馆服务行业的行业渠道主要由上游产品与服务即原料及服务生产商、中间服务集成即产品及服务集成商、产品服务设计即设计规划商、行业代理即行业产品与服务代理、行业经销商与消费者即行业的产品与服务经销商与消费者等组成。组成了上中下游的完整烈士陵园、纪念馆服务产业结构。

1. 原料及服务生产商,代表上游产品与服务,主要负责包括产品与服务的原厂商,包括各类原材料厂商。

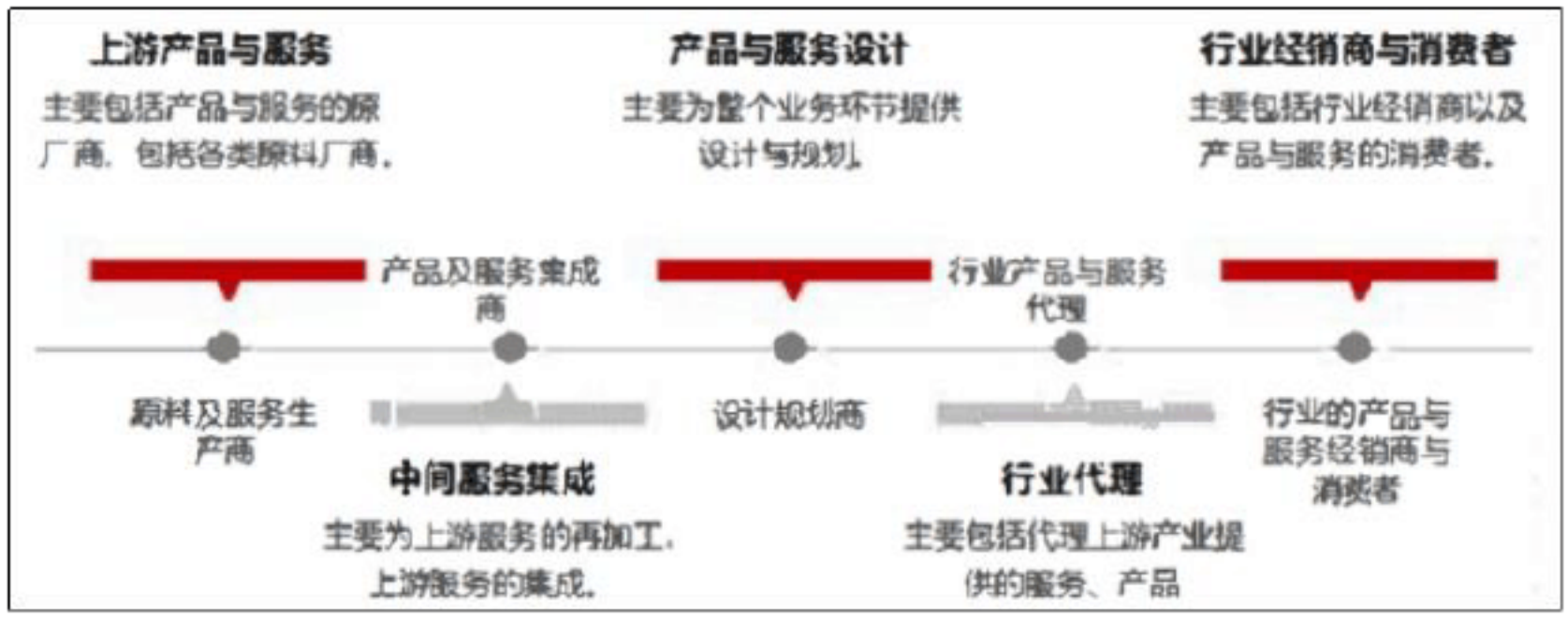
2. 产品及服务集成商,代表中间服务集成,主要负责上游服务的再加工服务,是上游服务的集成体现。

3. 设计规划商,代表产品与服务设计,主要为整个业务转型提供专业设计与标准规划。

4. 行业产品与服务代理,代表行业代理,主要承担上游产业服务、

产品的代理服务。

行业的产品与服务经销商与消费者,代表行业经销商与消费者，该部分主要由行业各类经销商以及消费产品与服务的用户组成。



三)、烈士陵园、纪念馆服务行业各因素（PEST）分析

、政策因素

一、由中央国务院印发的烈士陵园、纪念馆服务行业发展”十三五”规划》,明确要求到2022年烈士陵园、纪念馆服务行业将有30%的增幅,地方政策也相应出台，整体提高了行业的渗透率。

二、2022年烈士陵园、纪念馆服务行业将成为享受政策红利的市场,国务院政府报告指出烈士陵园、纪念馆服务行业将会有助于提高人民群众的生活质量。

三、2022年是烈士陵园、纪念馆服务行业发展过程中至关重要的一年，首先，从外部宏观环境的角度，陆续介绍影响行业发展的新政策,新法规。经济增长方式的转变,严格的节能减排政策对烈士陵园、纪念馆服务行业的发展都产生较为直接的影响,此外还有来自通货膨

胀、人民币升值、上升的人力资源成本等等因素的间接影响；就企业内部来探讨，各产业链环节的竞争、技术工艺的不断升级、逐步萎缩的出口市场、日益复杂的产品销售市场等问题,都是企业决策者亟需面对和解决的。

、经济因素

一、烈士陵园、纪念馆服务行业需求持续火热,资本利好烈士陵园、纪念馆服务领域,长期来看行业发展持续向好。

二、“十三五”规划提出,经济保持中高速增长。往后五年社会经济发展的首要目标是:经济保持中高速增长,截止 2022 年我国 GDP和城乡居民人均收入相较 2019 年至少翻一番,主要经济指标平稳协调,发展质量和效益显著提高；人民生活水平和质量普遍提高；国民素质和社会文明程度显著提高；创新驱动发展成效显著；发展协调性明显增强；生态环境质量总体改善；各方面制度更加成熟、更加定型。所以,在“十三五规划”的大政策背景下,我国烈士陵园、纪念馆服务行业需要透视现状、铀定未来、战略前瞻、科学规划,寻求技术突破、产业创新、经济发展,为引领下一轮发展打下坚实的基础。

三、规模不断增长的下游交易行业,为烈士陵园、纪念馆服务行业提供源源不断的发展动力。

四、2020 年居民人均可支配收入 31228 元,同比实际增长 5.5%,居民消费水平的提高也为为烈士陵园、纪念馆服务行业市场需求提供坚实的经济基础。

、社会因素

一、传统烈士陵园、纪念馆服务行业市场低门槛、统一行业标准的缺乏、服务过程没有专业的监督等问题也会制约行业发展互联。

二、互联网与烈士陵园、纪念馆服务行业的结合,大大缩减中间环节,为用户提供高性价比的服务。

三、90 后、00 后等新生代人群,逐步成为烈士陵园、纪念馆服务行业的消费主力，为行业注入新鲜的血液。

4、技术因素

一、高新技术的推动。VR 大数据、云计算、5G等逐步从一线城市过渡到 2、3、4 线城市,将烈士陵园、纪念馆服务行业与高新技术对接，普及了烈士陵园、纪念馆服务行业科技体验。

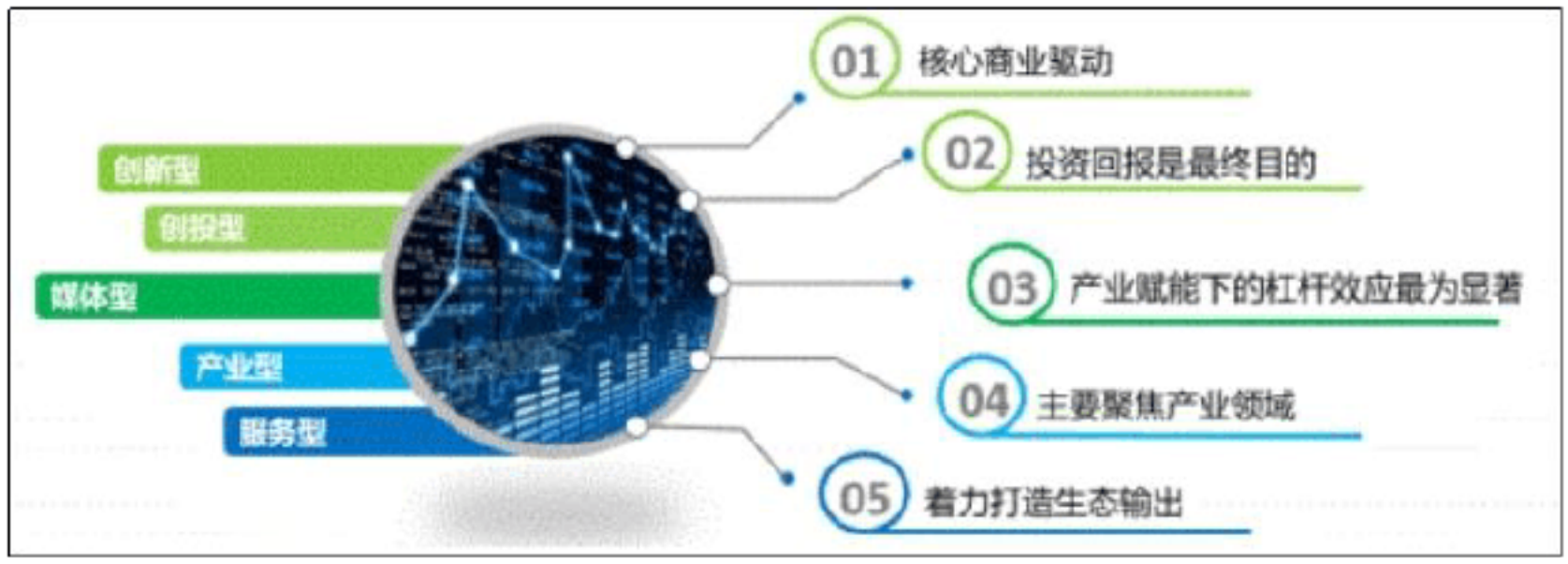
二、烈士陵园、纪念馆服务行业引入 ERP、OA、EAP等智能化系统,优化信息化管理施工环节,提高了行业效率。

四)、烈士陵园、纪念馆服务行业市场规模分析

2019 年,中国烈士陵园、纪念馆服务市场零售规模为 655 亿元,同比增长 6.8%；2020 年， 烈士陵园、纪念馆服务市场零售达到 702 亿元,同比增长 17.1%。预计,2022 年我国烈士陵园、纪念馆服务市场零售规模将达到 723 亿元,未来五年(2022-2025)年均复合增长率约为 11.26%,2025 年将达到 1108 亿元。

五)、烈士陵园、纪念馆服务行业特征分析

通过对比烈士陵园、纪念馆服务行业属性和核心服务模式,可将中国烈士陵园、纪念馆服务行业分为四类。分别为创新型烈士陵园、纪念馆服务、创投型烈士陵园、纪念馆服务、媒体型烈士陵园、纪念馆服务、产业型烈士陵园、纪念馆服务和服务型烈士陵园、纪念馆服务。此外,由于烈士陵园、纪念馆服务行业还处于初级探索阶段,整体服务模式与运营模式并未完全成熟。随着大众创业、万众创新政策红利淡出行业舞台，烈士陵园、纪念馆服务服务类型将回归其商业本质。为达到投资回报或商业落地的目的,如何依托自身运营能力实现行业稳步发展,成为行业探讨的核心问题。在以上四类烈士陵园、纪念馆服务行业中,因产业型烈士陵园、纪念馆服务多由企业主导,且与企业业务结合更为紧密。所以具有更高的商业落地可行性。成为烈士陵园、纪念馆服务行业探索的核心方向之一。



(六)、 烈士陵园、纪念馆服务行业相关政策体系不健全

国内烈士陵园、纪念馆服务的政策体系、绩效考核体系、以及执法监管体系仍不完善,在体制、政策、法规方面仍需要进一步健全。

以烈士陵园、纪念馆服务行业为例,即使任务目标定了,但是很多城市并没有出台相关推动措施。烈士陵园、纪念馆服务行业标准、行业规范、行业制度等措施均未出台,产品和技术的操作准则也没有明确的指导。烈士陵园、纪念馆服务行业空有地方的区域标准,却没有统一的国家标准,行业规范性也就成为空谈。另外,利于烈士陵园、纪念馆服务的价格、财税、金融等经济政策还不完善,基于市场的激励和约束机制仍旧不健全,创新驱动力不足,企业也缺乏烈士陵园、纪念馆服务相应行业发展的内生动力。

2023-2028 年烈士陵园、纪念馆服务行业企业市场突围战略分析

一)、在烈士陵园、纪念馆服务行业树立“战略突破”理念

市场瞬息万变，科技飞速发展，不少企业跟进新产品的速度也在加快，新的包围圈正在形成。 烈士陵园、纪念馆服务行业的公司必须有“突破，然后突破”的理念。

1、技术部和市场部分别对烈士陵园、纪念馆服务行业的国内外技术市场和消费市场进行了详细调研，确定了行业发展方向。

2、在论证的基础上，决定突破烈士陵园、纪念馆服务产业战略：开发符合市场方向的产品，形成自身产品优势（进一步明确技术创新聚焦高端/中/低端市场）。

二)、确定烈士陵园、纪念馆服务行业市场定位、产品定位和品牌定位

烈士陵园、纪念馆服务行业市场定位、产品定位、品牌定位是三大营销定位。任何成功的产品营销都必须有一个适应这个阶段的准确定位，比如王老吉的“怕上火”和农夫山泉的天然水定位是成功营销的第一步，比如书福家的杀菌和阿里巴巴的中小企业交易平台。

、市场定位

烈士陵园、纪念馆服务行业市场定位是指竞争对手现有烈士陵园、纪念馆服务产品在市场上的位置，以及消费者或用户对产品的某些特性、灵活性和核心利益的重视程度。为公司的产品打造与众不同、令人印象深刻、与众不同的个性或形象，过一套具体的营销组合将这种形象快速、准确、生动地传递给客户，影响客户对产品的整体感受。

比如可以定位为：城市中等收入以上家庭，有一定经济基础，对新事物接受能力强，追求高品质生活的人群。

2、产品定位

烈士陵园、纪念馆服务行业目标市场定位（简称市场定位）是指企业对目标消费者或目标消费市场的选择；而产品定位是指公司对应什么样的产品来满足目标消费者或目标消费市场的雅求。理论上应该先进行市场定位，再进行产品定位。 烈士陵园、纪念馆服务行业产

品定位是将目标市场的选择与公司产品相结合的过程，即市场定位的企业化、产品化工作。

可以使用：烈士陵园、纪念馆服务行业产品差异定位法、主要柔性定位法、兴趣定位法、用户定位法、使用定位法、分类定位法、针对特定竞争对手的定位法、关系定位法、问题定位法等用于定位。但无论是哪一种定位，定位的基本方法都是比较，也就是性价比。不仅是产品性能和产品价格的比较，还有客户收入和支付的比例。客户的利益可能是心理上的，也可能是服务上的。

烈士陵园、纪念馆服务行业产品定位必须遵循两个基本原则，即适应性原则和竞争力原则。

适应性原则包括两个方面。一是烈士陵园、纪念馆服务行业的产品定位要适应消费者的需求，给他们喜欢的东西，从而树立产品形象，促进购买行为；第二个是烈士陵园、纪念馆服务行业的产品。定位要适应企业自身的人力、财力、物力等资源配置条件，以保质保量、及时、顺畅地到达市场地位。

竞争原则也可以称为差异原则。 烈士陵园、纪念馆服务行业产品定位不能一厢情愿。还必须根据市场上烈士陵园、纪念馆服务行业竞争者的情况（如竞争者的数量、各自的优势和产品的不同市场地位等）来确定，避免出现类似的定位。降低竞争风险，促进产品销售。例如，B公司的产品服务于高收入消费者，而 A公司的产品定位于服务低收入者； B公司的其中一款产品表现突出，而 A公司的产品定位于其他一些灵活性方面，形成了产品差异化的特点。“人无我有，

人有我优，人优我廉，人廉我转”是这一竞争原则应用的具体体现。

可以看出，烈士陵园、纪念馆服务行业的产品定位基本上取决于产品、公司、消费者和竞争对手四个方面，即产品的特性、公司的创新意识、消费者的需求偏好，以及竞争对手产品的市场地位。通过适当的协调，可以正确确定产品状态。

3、品牌定位

烈士陵园、纪念馆服务行业品牌定位是基于市场定位和产品定位，对特定品牌的文化定位和个性差异做出的商业决策。它是建立与目标市场相关的品牌形象的过程和结果。

烈士陵园、纪念馆服务行业品牌定位是市场定位的核心和表现。企业一旦选定了目标市场，就必须设计和塑造自己相应的产品、品牌和企业形象，才能赢得目标消费者的认可。由于市场定位的最终目标是实现产品销售，品牌是企业传播产品相关信息的基础，品牌也是消费者购买产品的主要依据，因此品牌成为产品与产品之间的桥梁。消费者，品牌定位成为产品与消费者之间的桥梁。市场定位的核心和集中表现。

有不同类型的消费者，不同的消费水平，不同的消费习惯和偏好。企业的烈士陵园、纪念馆服务行业品牌定位必须从主客观条件和因素出发，寻找符合竞争目标要求的目标消费者。在细分市场中根据特定细分市场，满足特定消费者的特定需求，找出市场空白，细化品牌定位。消费者的需求在不断变化。企业还可以根据时代的进步和新产品

的开发，引导目标消费者产生新的需求，形成新的品牌定位。烈士陵园、纪念馆服务品牌定位必须打动顾客的心，唤起顾客的内心需求。这是品牌定位的重点。

(三)、创新寻求突破

只有创新者前进，只有创新者强大，只有创新者才能获胜。“科学技术是第一生产力”。一个好的公司只能是规模大、质量高，而一个强大的公司必须依靠技术的创新和应用。 烈士陵园、纪念馆服务行业的公司也是如此。

1、基于消费升级的科技创新模式

90后甚至00后已经成为社会消费的主要消费者。一方面，这群人对科技有着十足的崇拜，对科技毫无抵抗力。科技因素已经融入消费者的骨子里。另一方面，宗教只有技术创新才能解决个体化政府与大规模工业化生产的矛盾，才能实现以食张口、以衣伸手的智能场景，顺应新人们的消费趋势。

中国经济由投资主导型向消费主导型转变，科技创新必将带动消费升级。借助技术创新，涌现出一大批新品类、新服务、新模式。消费习惯的改变、消费方式的变革、消费流程的重塑，催生了跨区域、跨境、线上线下、体验分享等多种消费业态的兴起。

基于消费升级的技术创新模式仍是创新先烈的方向。无论技术如何发展，它仍然是一个工具。烈士陵园、纪念馆服务品牌的生存和发

展需要品牌力、产品力和消费力的融合。它是单独某项技术的迭代、不可逆。

2、创新推动烈士陵园、纪念馆服务行业更高质量发展

烈士陵园、纪念馆服务产业创新的关键是大数据、云计算、物联网、人工智能等信息技术的创新，业态和模式的创新，商品和服务的创新。通过信息技术的创新，可以降低物流成本、运营成本、管理成本，提高效率，提高竞争力；通过技术创新，可以有效推动业态和模式的创新；通过业态和模式的创新，更好地满足消费者多元化、多层次、多方位、个性化的需求；商品和服务创新可以激发潜在消费，提高边际消费率，扩大消费。

过去，在我国模仿驱动消费的环境下，业态“标准化”、“模式化”的发展是我国烈士陵园、纪念馆服务行业发展的一个突出特点。在当前和未来消费日益高级化、个性化、多元化消费成为主流的新环境下，“模式”的发展已不能适应新业态、满足新消费。要加快新技术、新业态、新模式创新。首先，要解决消费者对差异化商品和服务的追求与烈士陵园、纪念馆服务行业销售商提供标准化、模块化运营的矛盾；其次，烈士陵园、纪念馆服务商家必须控制商品的定价权，拥有自己独特的商品才能获得市场准入优势。在新业态和新模式创新方面，中小烈士陵园、纪念馆服务企业是创新的中流砥柱和生力军。国家还应重视占市场 90%以上的中小烈士陵园、纪念馆服务企业的创新，通过全行业的主动创新，促进我国烈士陵园、纪念馆服务行业的高质量发

展。

3、尝试业态创新和品牌创新

对于烈士陵园、纪念馆服务行业而言，企业为消费者提供的产品和服务始终是消费者最关心的核心问题。面对瞬息万变的消费者需求，更适应消费者需求的业态和品牌有望帮助企业覆盖更多的客户群体，实现持续增长。全聚德以现有品牌为基础，全聚德将向“小而精”拓展，尝试商业店、旅游店、社区店、商场等新模式，希望利用品牌影响力和多年的经营经验，缩短获利时间。

中高端品牌 XX拟在餐饮、服务、就餐环境等方面打造卓越的用户体验，将客户群拓展至中高端用户；海底捞支持的专门从事假冒蔬菜的优鼎优公司于 2017 年成功上市 新三板进一步强化了海底捞的产业布局；呷哺呷哺有选择地将门店升级至 2.0 版本，通过现代餐饮装修设计提供更高端的用餐氛围，同时继续拓展呷哺呷呷外卖送餐服务，充分利用非高峰时间的营业时间提升经营业绩。

4、自主创新+ 品牌

没有创新的企业是没有灵魂的企业。没有核心技术的企业就是没有骨干的企业。

众多中国烈士陵园、纪念馆服务企业在国际分工“微笑曲线”底部的“制造”环节，默默地为他人制作“婚纱”，而研发、品牌、销售等高端环节发达国家的跨国公司使用渠道控制。中国企业要想保持企

业发展，只能靠扩大规模和降低成本，这就造成了竞争性降价和低价竞争的恶性循环。

《中国制造2025》确定的战略任务之一是加强质量品牌建设，鼓励烈士陵园、纪念馆服务企业追求卓越品质，形成具有自主知识产权的名牌产品，不断提升烈士陵园、纪念馆服务企业品牌价值和整体形象。这对于加快中国产品向中国品牌的转变，无疑具有重大的现实意义和深远的历史意义。

烈士陵园、纪念馆服务行业品牌是品质的象征，是信誉的凝聚，是经济的名片。据统计，全球80%的市场被20%的优势品牌占据。另一方面，虽然我国烈士陵园、纪念馆服务规模已成为世界第一，但品牌的弱点仍然是制约我国烈士陵园、纪念馆服务发展的隐忧和短板。

从企业的角度看，同款包包LV与无品牌山寨版的相差一百多倍；同质地的衬衫，世界名牌与中国名牌的差价。由此不难看出，品牌作为企业的无形资产，是企业的一笔巨大财富。在贸易领域，商家选择某个品牌的产品。只要产品质量好，只要质量在消费者心中创造信誉，品牌就有价值，即使价格远高于其他同类产品。笔者仍然相信品牌的价值，将其高昂的价格视为高贵身份的象征。

目前，随着国外技术贸易措施的增多和国内竞争的加剧，市场供过于求的矛盾越来越突出。然而，在如此严峻的市场环境下，一些世界知名品牌的市场份额并没有减少，反而越来越大，无品牌企业的“裂缝”也越来越窄。因此，创立自己的品牌，树立良好的品牌形象，变得空前重要和紧迫。

(四)、制定宣传计划

1、策略一：学会做新闻、事件营销——低成本的传播工具

现在企业营销，品牌传播是核心。因此，如何快速启动烈士陵园、纪念馆服务行业品牌，是品牌成长的关键要素。新闻效应是最有效的传播手段。比如农夫山泉挑战纯净水提升、砸奔驰、微信红包活动、保定油条等，都是热点新闻形成的新闻效果，让品牌快速传播，形成口碑效果是品牌快速成长的捷径。

2、策略二：学会以优秀的品牌视觉设计突出品牌特色

什么是烈士陵园、纪念馆服务行业品牌？归根结底是一个视觉图腾。提到麦当劳，你会想到什么？提到佛教，黄拱门会想到什么？金色的背景和寺庙；提到肯德基，你会想到什么？美国上校的负责人；说到真正的功夫快餐，你怎么看？李小龙的肌肉和双节棍；提到 58 同城网站，你会想到什么？那只可爱的小驴子……像这样的经典案例是品牌突围的重要工具。只有不忘初心的品牌才有永恒的生命力。

3、策略三：学会使用网络营销

网络营销的方法有很多种，其中大部分是低成本的营销工具，如 SEQ 关键词搜索、竞价排名、邮件、社区、论坛、即时通讯等，这些都是 PC 互联网中常见的网络营销工具时代。近年来流行的微营销系统是一种现代低成本、高性价比的营销方式。与传统营销方式相比，“微营销”主张通过虚拟与现实的互动，建立一个涉及研发、产品、

渠道、市场、品牌传播、推广、客户关系的“更轻”、更高效的营销方式。全链条整合各种营销资源，实现了主打小博、轻博的营销效果。目前，微营销一般是指微信营销和微博营销，是企业快速传播品牌、建立口碑效应的最佳方式。

四、烈士陵园、纪念馆服务行业政策背景

(一)、政策将会持续利好烈士陵园、纪念馆服务行业发展

政策是重要的驱动因素。随着统一进程的加速和对精细管理的需求，预计需求将迎来快速释放。同时，互联网+烈士陵园、纪念馆服务，大数据和智能应用程序都已进入实质性着陆阶段，创新业务也变得越来越创新。模式的优化和系统复杂性的大幅提高使领先优势更加明显，行业集中度有望加速增长，实力更强的优质公司也将变得更强。随着行业利润率的大幅提高和集中度的不断提高，我们相信烈士陵园、纪念馆服务行业的前景广阔。

(二)、 烈士陵园、纪念馆服务行业政策体系日趋完善

近年来，国内烈士陵园、纪念馆服务产业发展，产业促进，市场监管等重要环节的宏观政策环境日趋完善。

2019 年，国务院相继发布了与烈士陵园、纪念馆服务密切相关的三项政策文件，为烈士陵园、纪念馆服务的发展奠定了重要的政策基础;中国中央网络空间管理局发布了有关烈士陵园、纪念馆服务管理的文件，这些文件在烈士陵园、纪念馆服务行业中发挥了积极作用，

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/185204224223011323