

内容目录

第一章 前言	3
第二章 2023-2028 年电力软件市场前景及趋势预测	4
第一节 电力软件行业监管情况及主要政策法规	4
一、电力软件所处行业及确定所属行业的依据	4
二、行业监管部门和监管体制	4
三、行业主要法律法规、行业政策	5
四、主要法律法规和相关产业政策的影响	9
第二节 我国电力软件行业主要发展特征	11
一、行业主要壁垒	11
(1) 资质壁垒	11
(2) 技术和服务壁垒	11
(3) 人才壁垒	12
(4) 行业经验壁垒	12
(5) 品牌壁垒	12
(6) 客户资源壁垒	12
二、行业经营模式及盈利模式	12
三、行业技术水平、技术特点	13
四、行业主要技术门槛和技术壁垒	15
五、衡量行业核心竞争力的关键指标	15
六、行业的周期性、区域性及季节性	15
(1) 行业的周期性	15
(2) 行业的季节性	16
(3) 行业的区域性	16
七、行业上、下游关系及对本行业的影响	16
(一) 产业链结构	16
(二) 行业上游情况分析	16
(三) 行业下游情况分析	17
第三节 2022-2023 年中国电力软件行业发展情况分析	18
一、电力软件市场	18
二、电力 ICT 市场潜力大空间广	19
第四节 2022-2023 年我国电力软件行业竞争格局分析	20
一、行业竞争格局	20
二、行业主要企业	21
第五节 企业案例分析：联迪信息	22
一、公司在行业中的地位	22
二、公司竞争优势	23
三、公司竞争劣势	26
四、联迪信息与同行业企业的比较情况	26
第六节 2023-2028 年软件和信息技术服务业发展趋势	30
一、行业处于高速成长期，产业规模持续扩大	30

二、行业的服务化发展趋势明显	30
三、经济转型和产业升级催生新的行业增长点	31
四、企业实力不断提升，产业集聚效应进一步增强	31
第七节 2023-2028 年我国电力软件行业面临的机遇与挑战	31
一、行业面临的机遇	31
(1) 国家政策支持	31
(2) 市场前景可观	32
(3) 我国信息化技术深入发展	32
(4) 信息安全利好国内企业	33
二、行业面临的挑战	33
(1) 人才结构不合理	33
(2) 经济环境风险	34
(3) 市场竞争日趋激烈	34
(4) 上游系统软件和基础软件为国外企业所垄断	34
第三章 电力软件企业整合营销策略及建议	34
第一节 营销的现状与重要性	34
一、消费的市场定位是营销的根本	35
二、大众化经营的必然性和可行性	35
第二节 企业中存在的问题	36
一、品牌定位不准确	36
二、营销意识差	36
三、营销手段单一	36
第三节 企业的整合营销策略	37
一、强化产品印象营销	37
二、节假日特色营销	37
三、绿色营销	37
四、扩大经营规模，实行连锁经营	38
五、形象营销	38
第四节 企业如何做好整合营销传播	38
一、整合营销传播的原则	38
(1) 主题聚焦原则	38
(2) 重点突出原则	39
(3) 整合联动原则	39
(4) 节奏掌控原则	39
(5) 娱乐互动原则	39
(6) 结合会员原则	39
二、整合营销传播的原则	39
三、整合营销传播六大方式	40
(1) 整合营销传播之广告营销	40
(2) 整合营销传播之新闻营销	41
(3) 整合营销传播之人员推销	42
(4) 整合营销传播之宣传单营销	42
(5) 整合营销传播之形象营销	42
(6) 整合营销传播之文化营销	42

第四章 电力软件企业《整合营销策略》制定手册	42
第一节 动员与组织	42
一、动员	43
二、组织	43
第二节 学习与研究	44
一、学习方案	44
二、研究方案	44
第三节 制定前准备	45
一、制定原则	45
二、注意事项	46
三、有效战略的关键点	47
第四节 战略组成与制定流程	50
一、战略结构组成	50
二、战略制定流程	50
第五节 具体方案制定	51
一、具体方案制定	51
二、配套方案制定	53
第五章 电力软件企业《整合营销策略》实施手册	54
第一节 培训与实施准备	54
第二节 试运行与正式实施	54
一、试运行与正式实施	55
二、实施方案	55
第三节 构建执行与推进体系	56
第四节 增强实施保障能力	57
第五节 动态管理与完善	57
第六节 战略评估、考核与审计	58
第六章 总结：商业自是有胜算	58

第一章 前言

近年来，随着企业竞争的日趋激烈，市场营销的作用显得越来越重要。整合营销策略主要是指在市场调研的基础上，企业需要为自己的产品确定精准的品牌定位和目标市场；找出产品的核心卖点是什么；提炼出产品好的广告语，如何进行品牌传播以及进行全面的销售体系规划等等。它是利用多种营销传播手段的有机、系统结合运用（如：广告、宣传、文化、人员推销等）而不是单一的营销手段。因此，企业要想在激烈竞争中胜出，应该采用整合营销传播的组合拳战略。

那么，企业的整合营销都有哪些策略？

企业如何做好整合营销传播？

都有哪些传播方式？

下面，我们先从电力软件行业市场进行分析，然后重点分析并解答以上问题。

相信通过本文全面深入的研究和解答，您对这些信息的了解与把控，将上升到一个新的台阶。这也将为您经营管理、战略部署、成功投资提供有力的决策参考价值，也为您抢占市场先机提供有力的保证。

第二章 2023-2028 年电力软件市场前景及趋势预测

第一节 电力软件行业监管情况及主要政策法规

一、电力软件所处行业及确定所属行业的依据

根据《国民经济行业分类》（GB/T4754—2017），电力软件属于“信息传输、软件和信息技术服务业（I）”中的“软件和信息技术服务业（165）”；按照中国证监会颁布的《上市公司行业分类指引》（2012年修订），电力软件属于“信息传输、软件和信息技术服务业（I）”中的“软件和信息技术服务业（165）”。根据股转系统《挂牌公司管理型行业分类指引》，电力软件所属行业为软件开发，16510。

二、行业监管部门和监管体制

电力软件所处行业是软件和信息技术服务业，行业主管部门是中华人民共和国工业和信息化部（以下简称“工信部”），工信部的主要职责包括研究拟定国家信息产业发展战略、方针政策和总体规划，并推进产业结构战略性调整和优化升级；拟定本行业的法律、法规和标准，发布行政规章并组织实施；组织制订本行业的技术政策、技术体制和技术标准，并推动软件业、信息服务业和新兴产业发展；对全国软件产业实行行业管理和监督；组织协调并管理全国软件企业认定工作；统筹推进国家信息化工作，组织制定相关政策并协调信息化建设中的重大问题等。

软件和信息技术服务业自律规范与管理职能由中国软件行业协会、中国电子信息行业联合会和中国电子信息产业协会承担，协会职能如下：

行业协会	自律规范与管理职能
中国软件行业协会	积极学习、宣传、贯彻国家鼓励软件产业的政策、举办中国国际软件博览会、产业及市场研究、咨询评估、对会员企业的公共服务、行业自律管理、知识产权保护、软件服务业企业信用评价工作、做好软件产业统计年报、培育优秀软件品牌、举办软件产业发展暨企业创新高峰会等。
中国电子信息行业联合会	制定计算机信息系统集成企业资质等级评定条件、对企业综合能力进行评价和促进电子信息行业自律、协助和支持政府开展行业管理工作、开展国际交流与合作、促进电子信息行业持续健康发展、协助和支撑政府开展行业管理工作、维护行业利益等。
中国电子信息技术产业协会	负责共同促进电子信息科学技术人才的成长和提高，维护电子信息科技工作者的合法利益。为中国电子信息技术产业内的公司提供学术交流、技术咨询、技术培训等。

三、行业主要法律法规、行业政策

(1) 主要法律法规

序号	法律法规	制定单位	实施时间
1	《中华人民共和国数据安全法》	全国人民代表大会	2021年
2	《新时期促进集成电路产业和软件产业高质量发展的若干政策》	国务院	2020年
3	《中华人民共和国网络安全法》	全国人民代表大会	2017年
4	《中华人民共和国电信条例》(第二次修订)	国务院	2016年
5	《软件企业认定管理办法》(工信部联软[2013]64号)	工信部	2013年
6	《计算机软件保护条例》(2013年修订)	国务院	2013年
7	《国家规划布局内重点软件企业和集成电路设计企业认定管理试行办法》	发改委、工信部、财政部、商务部、国家税务总局	2012年
8	《互联网信息服务管理办法》	国务院	2011年
9	《通信网络安全防护管理办法》(工信部[2010]令第11号)	工信部	2010年
10	《软件产品管理办法》(工信部令[2009]第9号)	工信部	2009年
11	《信息安全等级保护管理办法》(公通字[2007]43号)	公安部、国家保密局、国家密码管理局、国务院信息工作办公室	2007年
12	《计算机信息系统安全保护条例》(国务院令147号)	国务院	2007年
13	《计算机软件著作权登记办法》(国家版权局令[2002]第1号)	国家版权局	2002年
14	《软件出口管理和统计办法》(外经贸技发[2001]604号)	对外经贸合作部、科学技术部、信息产业部、国家统计局、国家外汇管理局	2001年

(2) 行业主要政策

序号	政策名称	发布单位	时间	主要内容
1	《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和2035年远景目标纲要》	国务院	2021.03	加快构建全国一体化大数据中心体系,强化算力统筹智能调度,建设若干国家枢纽节点和大数据中心集群,建设E级和10E级超级计算中心。推进公安大数据智能化平台建设
2	《工业互联网创新发展行动计划(2021-2023年)》	工信部	2020.12	到2023年,基本建成国家工业互联网大数据中心体系,建设20个区域级分中心和10个行业级分中心

3	《关于工业大数据发展的指导意见》	工信部	2020.05	推动工业数据全面采集,加快工业设备互联互通,推动工业数据开放共享,激发工业数据市场活力,深化数据应用,完善数据治理
4	《关于推进“上云用数赋智”行动培育新经济发展实施方案》	发改委、中央网信办	2020.04	大力培育数字经济新业态,深入推进企业数字化转型,打造数据供应链,以数据流引领物资流、人才流、技术流、资金流,形成产业链上下游和跨行业融合的数字化生态体系。培育重点行业应用场景,加快网络化制造、个性化定制、服务化生产发展,推进数字乡村、数字农场、智能家居、智慧物流等应用
5	《关于推动工业互联网加快发展的通知》	工业和信息化部办公厅	2020.03	提出加快各类场景云化软件的开发和应用,加大中小企业数字化工具普及力度,降低企业数字化门槛,加快数字化转型进程
6	《关于推动服务外包加快转型升级的指导意见》	商务部等8部门	2020.01	提出数字引领,创新发展,加强数字技术的开发利用,提高创新能力,加快企业数字化转型,不断向价值链中高端攀升;跨界融合,协同发展,鼓励服务外包向国民经济各行业深度拓展,加快融合,重塑价值链、产业链和服务链,形成相互渗透、协同发展的产业新生态
7	《服务外包产业重点发展领域指导目录(2018年版)》	商务部、财政部、海关总署	2019.01	目录共涉及23个重点发展领域。其中,8个领域属于信息技术外包(ITO)范畴,6个领域属于业务流程外包(BPO)范畴,9个领域属于知识流程外包(KPO)范畴
8	《推动企业上云实施指南(2018-2020年)》	工信部	2018.08	鼓励各地加快推动开展云上创新创业,支持各类企业和创业者以云计算平台为基础,利用大数据、物联网、人工智能、区块链等新技术,积极培育平台经济、分享经济等新业态、新模式
9	《国际服务外包产业发展“十三五”规划》	商务部、发改委、教育部、科技部、工信部	2017.04	提出“十三五”时期,服务外包产业的发展目标到2020年我国企业承接离岸服务外包合同执行金额超过1,000亿美元,年均增长10%以上。产业结构更加优化、数字化、智能化的高技术含量、高附加值服务外包比重明显提升。提高服务外包标准化程度,培育一批具有国际先进水平的骨干企业和知名品牌

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/248076063107006100>