

内容目录

第一章 前言	3
第二章 2023-2028 年办公软件市场前景及趋势预测	3
第一节 办公软件行业监管情况及主要政策法规	4
一、行业主管单位和监管体制	4
二、主要法规和政策	4
第二节 我国办公软件行业主要发展特征	9
一、行业壁垒	9
(1) 行业经验壁垒	9
(2) 人才壁垒	9
(3) 技术壁垒	9
(4) 使用习惯壁垒	10
二、行业基本风险特征	10
(1) 产业政策风险	10
(2) 技术创新和研发风险	10
(3) 人才流动风险	10
第三节 2022-2023 年中国办公软件行业发展情况分析	11
一、软件和信息技术服务行业发展概况和趋势	11
(1) 行业将进入快速迭代、结构优化关键期	12
(2) 软件服务化进程不断加快	12
(3) 应用领域的进一步细分促进纵向产业整合	12
(4) 产品安全性要求不断提高	12
(5) 信息技术应用创新需求更加突出	12
二、办公软件行业发展概况和趋势	13
(1) 企业间加强开放合作，共建和谐生态	13
(2) 高效办公软件的需求不断提升	13
(3) 企业信息化要求逐步扩展升级	13
(4) 移动化办公趋势突显	14
三、办公软件行业市场规模	14
第四节 2022-2023 年我国办公软件行业竞争格局分析	15
一、行业竞争格局	15
二、行业主要企业情况	16
(1) 上海泛微网络科技股份有限公司（证券代码：603039.SH）	17
(2) 万兴科技集团股份有限公司（证券代码：300624.SZ）	17
(3) 福建福昕软件开发股份有限公司（证券代码：688095.SH）	17
(4) 深圳市蓝凌软件股份有限公司（原证券代码：834906）	17
(5) 北京宏景世纪软件股份有限公司（证券代码：831225）	17
第五节 企业案例分析：厦门印了么信息科技股份有限公司	18
一、公司市场地位	18
二、公司竞争优势	18
三、公司竞争劣势	19

第三章 办公软件企业关系营销策略研究报告	19
第一节 关系营销的必要性	19
一、从现有顾客中获取更多顾客份额	20
二、减少销售成本	20
三、赢得口碑宣传	20
四、员工忠诚度的提高	21
第二节 关系营销管理概述	21
一、关系营销管理	21
(1) 顾客获取阶段(Customeracquisition)	21
(2) 顾客挽留阶段(Customerretention)	22
(3) 顾客补救阶段	23
二、企业关系营销的特征	23
(1) 关注性	23
(2) 合作性	23
(3) 服务性	24
第三节 企业关系营销存在的问题	24
一、对关系营销理解缺乏战略高度	24
二、员工过度关注顾客单次消费	24
三、缺乏维系忠诚顾客的机制	24
四、与同行缺少协作	25
第四节 企业实施关系营销的策略	25
一、树立正确观念, 增强全员关系营销意识	25
二、建立有效激励措施, 增强员工服务意识	25
三、培育顾客忠诚度	25
四、加强在竞争中合作, 促进共赢	26
第五节 客户的关系营销与维护	26
一、以全面质量营销和品牌优势树立企业形象	27
二、依靠信息和网络技术实现全面互动	27
三、以价值让渡系统和感情投资搭起企业与顾客之间友谊的桥梁	27
第六节 以海底捞为例如何与客户建立正确的关系营销	28
第四章 办公软件企业《关系营销策略》制定手册	30
第一节 动员与组织	30
一、动员	30
二、组织	31
第二节 学习与研究	31
一、学习方案	31
二、研究方案	32
第三节 制定前准备	33
一、制定原则	33
二、注意事项	34
三、有效战略的关键点	35
第四节 战略组成与制定流程	37
一、战略结构组成	37
二、战略制定流程	38

第五节 具体方案制定	39
一、具体方案制定	39
二、配套方案制定	41
第五章 办公软件企业《关系营销策略》实施手册	42
第一节 培训与实施准备	42
第二节 试运行与正式实施	42
一、试运行与正式实施	42
二、实施方案	43
第三节 构建执行与推进体系	43
第四节 增强实施保障能力	44
第五节 动态管理与完善	45
第六节 战略评估、考核与审计	45
第六章 总结：商业自是有胜算	46

第一章 前言

建立并维持与顾客的良好关系是营销成功的基本保证。顾客是企业生存和发展的基础，市场竞争实质上就是争夺顾客。当前的市场竞争加大了赢得新顾客的难度和成本，因此我们要将关系营销的重点转向维持老顾客，显得尤为迫切与重要。《哈佛商业评论》的一项研究报告指出：再次光临的顾客可带来 25%~85% 的利润；另一项调查表明：1 位满意的顾客会引发 8 笔潜在的生意，其中至少有 1 笔成交；1 位不满意的顾客会影响 25 个人的购买意向；而争取 1 位新顾客的成本是保住 1 位老顾客的 5 倍。

以往在营销活动中，有相当一部分企业只重视吸引新顾客，而忽视维持现有顾客。

那么，当前企业关系营销存在哪些问题？企业实施关系营销的策略有哪些？如何对客户的关系进行营销与维护？

下面，我们先从办公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。这将为您的经营管理、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 年办公软件市场前景及趋势预测

第一节 办公软件行业监管情况及主要政策法规

一、行业主管单位和监管体制

序号	行业主管单位	监管内容
1	中华人民共和国工业和信息化部	本行业的主管部门是中华人民共和国工业和信息化部，针对软件行业等信息产业，工业和信息化部的主要职责包括：组织拟订信息化发展的战略，提出政策建议；组织起草信息化法律法规草案和规章；指导软件业发展；拟订并组织实施软件、系统集成及服务的技术规范和标准；推动软件公共服务体系建设；推进软件服务外包；指导、协调信息安全技术开发等。
2	中国软件行业协会	行业自律组织是中国软件行业协会，其重点工作内容为：在通过市场调查、信息交流、咨询评估、行业自律、知识产权保护、资质认定、政策研究等方面的工作，促进软件产业的健康发展；加速国民经济发展和社会信息化，软件开发工程化，软件产品商品化、集成化，软件经营企业化和软件企业集团化；开拓国内外软件市场，发展我国软件产业；根据政府主管部门的授权，按照公开、公平、公正的原则承担软件企业和软件产品认定职能及其他各项行业管理职能。

二、主要法规和政策

序号	文件名	文号	颁布单位	颁布时间	主要涉及内容
1	《计算机软件著作权登记办法》	中华人民共和国国家版权局令(第1号)	国家版权局	2020年2月	软件著作权登记、软件著作权专有许可合同和转让合同登记管理办法。
2	《中华人民共和国著作权法》(2020修正)	中华人民共和国主席令第62号	全国人大常委会	2020年11月	文学、艺术和科学作品作者的著作权,以及与著作权有关的权益相关法律。
3	《计算机软件保护条例》	中华人民共和国国务院令第339号	国务院	2001年12月	软件著作权、软件著作权的许可使用和转让、法律责任相关规定。
4	《关于印发<关于推进企业使用正版软件工作的实施方案>的通知》	国权联[2006]2号	国家版权局、商务部、财政部、国务院国资委、中华全国工商业联合会、中国证监会等	2006年4月	全面推动企业使用正版软件工作,建立国家推进企业使用正版软件工作部际协调机制,坚持以大型企业为重点,以国有、外商投资、民营大型企业在先,中小企业在后的原则依次推进,开展软件版权保护知识培训工作。

5	《关于加快培育和发展战略性新兴产业决定》	国发[2010]32号	国务院	2010年10月	明确提出根据战略性新兴产业的发展阶段和特点,要将新一代信息技术产业作为明确发展的重点方向和主要任务之。
6	《关于加快推进信息化与工业化深度融合的若干意见》	工信部联信[2011]160号	工信部、科学技术部、财政部、商务部、国务院国资委	2011年3月	提高计算机辅助设计应用水平,鼓励从计算机辅助设计(CAD)、计算机辅助制造(CAM)向计算机辅助工程(CAE)、虚拟仿真、数字模型方向发展。
7	《关于进一步鼓励软件产业和集成电路产业发展企业所得税政策》	财税(2012)27号	财政部、国家税务总局	2012年4月	符合条件的软件企业按照《财政部国家税务总局关于软件产品增值税政策的通知》(财税[2011]100号)规定取得的即征即退增值税款,由企业专项用于软件产品研发和扩大再生产并单独进行核算,可以作为不征税收入,在计算应纳税所得额时从收入总额中减除。

8	《关于促进信息消费扩大内需的若干意见》	国发[2013]32号	国务院	2013年8月	明确提出面向企业信息化需求,突破核心业务信息系统、大型应用系统等的关键技术,开发基于开放标准的嵌入式软件和应用软件,加快工业软件产业化,加快推进企业信息化,提升综合集成应用和业务协同创新水平,促进制造业服务化。
9	《关于印发信息化和工业化深度融合专项行动计划(2013-2018年)通知》	工信部信[2013]317号	工业和信息化部	2013年8月	突破智能设计与仿真及其工具、制造物联与服务、工业大数据处理等高端工业软件核

					心技术, 开发自主可控的高端工业平台软件和重点领域应用软件, 建立完善工业软件集成标准与安全测评体系。推进自主工业软件体系化发展和产业化应用。
10	《关于印发国家规划布局内重点软件和集成电路设计领域的通知》	发 改 高 技 [2016](1056 号)	发改委、工信部、财政部、国家税务总局	2016 年 5 月	明确享受企业所得税优惠政策的重点软件领域。
11	《正版软件管理工作指南》	国 版 办 发 (2016)13 号	推进使用正版软件工作部际联席会议办公室、国家版权局办公厅	2016 年 7 月	《指南》制定了软件正版化工作责任制度、软件日常使用管理规定、软件配置管理规定、软件台账管理规定。明确软件使用管理台账种类和管理办法、软件安装维护管理规定等细则。
12	《中国“智能+”社会发展指数报告 2020》	-	中国互联网协会、中国信息通信研究院	2020 年 12 月	我国数字经济展现出了强大的活力和韧性, 在线办公、远程维护、平台电商、社区配送等新业态新模式加速发展, 在对冲行业压力、带动经济复苏等方面发挥了不可替代的作用。
13	《软件和信息技术服务业发展规划 (2016-2020 年)》	工 信 部 规 [2016]425 号	工业和信息化部	2016 年 12 月	《规划》以创新发展和融合发展为主线, 聚焦“技术、业态、应用、体系”发展重点, 设置了务实可操作的“695”任务措施。
14	《国务院关于深化“互联网+先进制造业”发展工业互联网的指导意见》	-	国务院	2017 年 11 月	加快信息通信、数据集成分析等领域技术研发和产业化, 集中突破一批高性能网络、智能模块、智能联网装备、工业软件等

					关键软硬件产品与解决方案。
15	《战略性新兴产业分类(2018)》	国家统计局令 第 23 号	国家统计局	2018 年 11 月	新一代信息技术产业、新兴软件和新型信息技术服务属于国家战略性新兴产业。
16	《工业和信息化部关于加快培育共享制造新模式新业态,促进制造业高质量发展的指导意见》	工信部产业 (2019) 226 号	工业和信息化部	2019 年 10 月	提升企业数字化水平。培育发展一批数字化解决方案提供商,结合行业特点和发展阶段,鼓励开发和推广成本低、周期短、适用面广的数字化解决方案。加快推进中小企业上云,推动计算机辅助设计、制造执行系统、产品全生命周期管理等工业软件普及应用,引导广大中小企业加快实现生产过程的数字化。
17	《关于运用新一代信息技术支撑服务疫情防控和复工复产工作的通知》	工信厅信发 (2020) 4 号	工业和信息化部	2020 年 2 月	针对疫情对企业造成的停工停产问题,指导企业用好信息技术手段和信息化工具,增强软件应用能力,创新思路和方法,用两化融合提升生产管理水平,助力企业尽快复工复产。
18	《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》	国发【2020】8 号	国务院	2020 年 7 月	在财税政策、投融资政策、研究开发政策、进出口政策、人才政策、知识产权政策、市场应用政策、国际合作政策等方面,对集成电路企业和软件企业进行支持。大力支持符合条件的集成电路企业和软件企业在境内外上市融资,加快境内上市审核流程。

19	《“十四五”软件和信息技术服务业发展规划》	工 信 部 规 (2021) 180 号	工业和信息 化部	2021 年 11 月	《规划》提出了“十四五”时期我国软件和信息技术服务业总体要求、发展目标和主要任务。“十四五”软件和信息技术服务业主要任务围绕软件产业链、产业基础、创新能力、需求牵引、产业生态五个方面展开,推动实现产业“四新”发展目标。
----	-----------------------	------------------------------	-------------	-------------	---

第二节 我国办公软件行业主要发展特征

一、行业壁垒

(1) 行业经验壁垒

基于软件行业不断变化的用户需求,需要软件服务商必须更好的对用户所处行业和整个应用环境进行深入了解,才能与市场进行良好有效的沟通,为用户提供有针对性的软件服务。而对市场用户需求的准确感知,主要来源于行业领域经验的持续积累以及多年对用户需求的跟踪收集,因此行业新入局者需要大量的时间和人力积累行业知识和经验,才能逐渐形成有效竞争力,从而对新进入行业的从业者形成较高的经验壁垒。

(2) 人才壁垒

办公软件行业厂商从产品研发、质量管理、市场推广到后期技术服务等各个环节,都需要大量既掌握软件研发核心技术,又熟悉客户所处行业日常办公场景的高端复合型人才来支撑。目前,行业内高素质专业人才团队资源较为短缺,先进入的领先厂商往往依靠自身培养,而新进入者难以在短期内配齐专业团队,专业人才培养周期较长,给新进入者带来很大的人才壁垒。

(3) 技术壁垒

软件行业的核心竞争力在于产品技术的竞争,核心技术的积累和技术创新是推动软件企业取得竞争优势的关键因素。随着客户需求的不断提升,客户对技术的可靠性、稳定性、成熟性等方面要

求进一步提高，行业内企业需要通过长期持续稳定的技术积累，多次的技术升级来满足客户的需求。新的行业进入者难以在短时间内达到同样的技术水平，前期的技术储备较难有效支撑用户的高发需求，因此，行业新进入者在短期内面临着较高的专业技术壁垒。

（4）使用习惯壁垒

用户长期使用办公软件，会逐渐形成一定的使用习惯，用户转换至其他办公软件产品，由于操作界面、应用技术、交互模式的变化，将不可避免地付出一定的学习成本和时间成本。目前行业内领先的企业均拥有较为庞大的用户群，而行业新进入者需要较长时间累积用户规模，并逐渐培养用户使用习惯，在短期内难以对现有软件形成替代，因而存在着较高的使用习惯壁垒。

二、行业基本风险特征

（1）产业政策风险

软件和信息技术服务业是国家重点扶持和鼓励的产业，国家及地方政府相继颁布了多项鼓励、支持产业发展的法律法规和产业政策，为行业将来稳定健康发展提供了坚实的制度保障。如果未来国家和地方政府针对本行业的相关政策发生变化，优惠政策减少或取消，将会给产业外部环境和市场发展空间带来不利影响，对企业经营尤其是中小企业的发展带来不确定性风险。但基于国家中长期发展规划，作为国家基础性、战略性新兴产业，短期内发生产业政策变动的风险较小。

（2）技术创新和研发风险

软件和信息技术服务业属于技术密集型行业，具有技术更新速度快、产品生命周期缩短、迭代升级频繁等特点。为了满足市场不断变化的需求，要求公司精准把握软件技术和应用行业的发展趋势，紧跟用户需求，通过不断增强自身产品研发和技术开发能力，优化产品性能和用户体验，保持自身产品和服务的竞争力。如果公司在判断行业技术和市场发展趋势方面出现失误，或是自身研发能力无法满足市场日益变化的产品服务需求，公司将面临技术创新和研发风险。

（3）人才流动风险

软件和信息技术服务业是人才密集型行业，高素质的软件开发、销售和管理人员对于软件开发公司至关重要。随着软件行业的快速发展，行业内人才竞争日益激烈，人员流动性较大。因此如果公司不能对核心技术人员实行有效的激励和约束，导致该类优秀人才的大量流失将给公司未来持续发展带来不利影响。

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/308132062143006072>