

内容目录

第一章 前言 4

第二章 2023-2028 年金融衍生品软件市场前景及趋势预测 4

 第一节 金融衍生品软件行业监管情况及主要政策法规 4

 一、所属行业及确定依据 5

 二、行业主管部门及监管体制 5

 三、行业主要法规政策 5

 四、法律法规、行业政策的影响 6

 第二节 我国金融衍生品软件行业主要发展特征 7

 一、行业经营模式 7

 二、行业技术水平 8

 三、行业主要壁垒 9

 （1）技术壁垒 9

 （2）行业经验壁垒 9

 （3）人才和资金壁垒 9

 （4）品牌与用户资源壁垒 9

 四、与上下游行业的关联性 10

 第三节 金融衍生品软件行业发展情况分析 10

 一、金融衍生品软件行业发展背景 10

 二、金融衍生品市场概况 10

 三、SaaS 行业概况 13

 四、金融衍生品软件行业特点和发展趋势 14

 第四节 金融衍生品软件行业竞争格局分析 16

 一、行业竞争格局及主要企业 16

 二、行业内的主要企业 17

 （1）上海彭博财经资讯有限公司 17

 （2）上海信易信息科技股份有限公司 17

 （3）深圳开拓者科技有限公司 17

 （4）郑州易盛信息技术有限公司 17

三、同行业可比上市公司比较情况 17

第五节 企业案例分析：上海文华财经资讯股份有限公司 18

一、公司的市场地位 18

二、公司的技术水平和特点 19

三、公司的竞争优势 23

四、公司的竞争劣势 24

第六节 2023-2028 年我国金融衍生品软件行业发展前景及趋势预测..... 25

一、规模扩大化 25

二、技术专业化 25

三、用户成熟化 25

四、行业集中化 26

五、媒介多元化 26

金融衍生品软件企业营销趋势及策略研究报告

第七节 2023-2028 年我国金融衍生品软件行业面临的机遇与挑战.....	26
一、行业面临的机遇	26
(1) 互联网信息技术高速发展	26
(2) 金融衍生品市场深度和广度不断增加	26
(3) 投资需求不断增长	26
(4) 金融衍生品交易互联网开户方式放开	27
(5) 国家政策大力支持	27
二、行业面临的挑战	27
(1) 资本市场波动	27
(2) 金融衍生品投资门槛较高	27
(3) 专业性人才相对缺乏	28
第三章 金融衍生品软件企业营销趋势及策略建议.....	28
第一节 营销环境与消费者变化趋势	28
一、国内营销环境变化	28
二、消费者变化洞察	28
第二节 2023 年八大营销新趋势	30
一、元宇宙数字营销成热点	30
二、联名跨界成风	30
三、私域运营更受品牌重视	30
四、内容营销	30
五、国潮当道，国货发展迎来新机遇	31
六、单身经济火热	31
七、银发经济成新风口	31
八、品牌营销个性化	31
第三节 企业品牌的策略建议	32
一、价值层面一找到“战略级优势”，入局机会赛道。.....	32
二、渠道层面一构建品牌社会化媒体矩阵	32
三、营销层面一联名/跨界，可实现共赢。	32
四、内容层面一场景/体验化内容引发情绪共鸣	32
五、运营层面一一从公域到私域，走进心域。	32
第四节 十大营销商业趋势	33
一、新消费品牌去营销感	33

二、品牌内容团队的建设 34

三、持续精细化运营 36

四、审慎消费，消费必需品 37

五、品牌回归心智战 39

六、元宇宙营销开始进入深水区 40

七、更多的数字化人才需求 41

八、AI 的进一步落地与应用 42

九、更注重投资回报的营销，营销产品朝黑盒化和高性能方向转变 43

十、“科学种草”权重更高 45

第五节 营销八大趋势 46

一、治愈营销上线 46

二、人流量提升但没有报复性消费 46

- 三、性价比占领市场 47
- 四、全域兴趣电商 47
- 五、平台大促节淡出，直播大促成常态 47
- 六、全域搜索成为趋势 48
- 七、内容直播带货 48
- 八、场景营销迎来爆发 48
- 第六节 2023 年十大营销变化与趋势 49
 - 一、从内容营销到体验营销 49
 - 二、从网红营销到数字人营销 49
 - 三、从视频营销到直播营销 49
 - 四、从私域营销到全域营销 50
 - 五、从数字营销到品效合一 50
 - 六、从产品出海到品牌出海 50
 - 七、从客户成功到客户成长 50
 - 八、从线上营销到线下营销 50
 - 九、从营销技术到营销数智化 51
 - 十、从物理世界到虚拟世界 51
- 第七节 16 个营销趋势和策略 51
 - 一、长期的意见领袖与品牌关系 51
 - 二、直播和视频 52
 - 三、用户生成的内容 52
 - 四、新的定位解决方案 53
 - 五、敏捷营销 53
 - 六、一致的客户体验 53
 - 七、跨设备的用户体验 54
 - 八、搜索引擎优化的语音搜索策略 54
 - 九 对话式营销 55
 - 十、互动内容 55
 - 十一、基于 VR 的工具和应用程序 56
 - 十二、AI 帮助更好地挖掘趋势热点 56
 - 十三、整合物联网（IoT） 57
 - 十四、强调社会责任和声誉 57

十五、代表性和包容性	58
十六、重视消费者隐私	58
第四章 金融衍生品软件企业《营销趋势及策略》制定手册	59
第一节 动员与组织	59
一、动员	59
二、组织	60
第二节 学习与研究	60
一、学习方案	60
二、研究方案	61
第三节 制定前准备	62
一、制定原则	62
二、注意事项	63

三、有效战略的关键点 64

第四节 战略组成与制定流程 66

一、战略结构组成 66

二、战略制定流程 67

第五节 具体方案制定 68

一、具体方案制定 68

二、配套方案制定 70

第五章 金融衍生品软件企业《营销趋势及策略》实施手册 71

第一节 培训与实施准备 71

第二节 试运行与正式实施 71

一、试运行与正式实施 71

二、实施方案 72

第三节 构建执行与推进体系 72

第四节 增强实施保障能力 73

第五节 动态管理与完善 74

第六节 战略评估、考核与审计 74

第六章 总结：商业自是有胜算 75

第一章 前言

当前企业处于更为复杂的经济环境中，面临更严峻的考验。市场营销将会发生什么变化？如何在营销领域中先人一步抢占先机？

未来，金融衍生品软件行业都有哪些市场趋势？
特别是在营销方面，都有哪些趋势和策略？

下面，我们先从金融衍生品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 年金融衍生品软件市场前景及趋势预测

第一节 金融衍生品软件行业监管情况及主要政策法规

4

让每个人都能成为

行业专家、管理专家、营销专家、战略专家、成功企业家……

金融衍生品软件企业营销趋势及策略研究报告

一、所属行业及确定依据

根据《国民经济行业分类》（GB/T4754-2017），金融衍生品软件所属行业为“165 信息传输、软件和信息技术服务业”中的“1651 软件开发”。根据《上市公司行业分类指引》（2012 年修订），金融衍生品软件所属行业为“I信息传输、软件和信息技术服务业”中的“165 软件和信息技术服务业”。

根据国家统计局 2018 年修订的《战略性新兴产业分类》和《重点产品和服务目录》，金融衍生品软件属于“1 新一代信息技术产业”之“1.3 新兴软件和新型信息技术服务”之“1.3.1 新兴软件开发”之“金融行业软件”。

二、行业主管部门及监管体制

金融衍生品软件行业主管部门是工业和信息化部。工业和信息化部负责对全国软件产业实行行业管理和监督，其主要职责包括制定并发布软件产品测试标准和规范；指导并监督、检查全国各地的软件产品管理工作；授权软件产品检测机构，按照中国软件产品的标准规范和软件产品的测试标准及规范，进行符合性检测等。

软件行业的自律管理组织是中国软件行业协会及各地方协会、各领域协会，其主要职能是对行业发展的技术经济政策、法规的制订进行研讨、提出建议；贯彻落实国务院给软件和信息技术服务业企业的各项优惠政策和发展软件和信息技术服务业的各项举措；订立本行业行规行约，约束行业行为，提高行业自律性等。

同时，根据相关法律法规及规范性文件，公司开展相关信息技术服务需在网信办、证监会等进行报备或备案。截至本招股书签署之日，公司已完成了相关报备或备案工作。

三、行业主要法规政策

金融衍生品软件所属行业主要法律法规及政策情况如下：

序号	名称	出台单位	文号	生效/发布日期	主要内容
1	《互联网信息服务管理办法》（2011 年修订）	国务院	国务院令 第 588 号	2011 年 1 月 8 日	经营增值电信业务需取得相关经营许可证。
2	《国务院关于印发进一步鼓励软件产业和集成电路产业发展若干政策的通	国务院	国发 [2011]4 号	2011 年 2 月 9 日	从财税政策、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、市场政策等方面对软件

让每个人都能成为 行业专家、管理专家、营销专家、战略专家、成功企业家……

金融衍生品软件企业营销趋势及策略研究报告

序号	名称	出台单位	文号	生效/发布日期	主要内容
	知》				和集成电路产业发展予以鼓励。
3	《计算机软件保护条例》	国务院	国务院令 632 号	2013 年 3 月 1 日	对计算机软件著作权权益保护进行了规定。
4	《中华人民共和国电信条例》	国务院	国务院令 666 号	2016 年 2 月 6 日	对电信市场监督管理相关基本制度进行了规定。
5	《软件和信息技术服务业发展规划（2016-2020 年）》	工信部	工信部规 [2016]425 号	2016 年 12 月 18 日	对我国 2016-2020 年软件技术服务发展进行了全面规划。
6	《国务院关于印发“十三五”国家信息化规划的通知》	国务院	国发 [2016]73 号	2016 年 12 月 27 日	对我国“十三五”时期信息化发展进行了全面规划。
7	《电信业务经营许可证管理办法》	工信部	工信部令第 42 号	2017 年 7 月 3 日	对电信业务经营许可证管理制度进行了规定。
8	《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 7 月 27 日	从财税政策、投融资政策、研究开发政策、人才政策、知识产权政策、市场应用政策和国际合作政策等几个方面对集成电路产业和软件产业予以支持。
9	《证券服务机构从事证券服务业务备案管理规定》	证监会	中国证券监督管理委员会公告[2020]52 号	2020 年 8 月 24 日	规定信息技术系统服务机构从事证券服务业务应当报有关主管部门备案。
10	《金融信息服务管理规定》	网信办	-	2019 年 2 月 1 日	对金融信息服务机构的信息内容和相关行为明确具体要求。
11	《关于开展境内金融信息服务报备工作的通知》	网信办	-	2021 年 7 月 25 日	规定境内提供金融信息服务业务的机构应取得相应资质，并接受有关主管部门监管，报备是对其提供金融信息服务行为的确认。

四、法律法规、行业政策的影响

（1）《证券服务机构从事证券服务业务备案管理规定》

为落实修订后《证券法》关于证券服务机构从事证券服务业务备案的新要求,证监会会同工业和信息化部、司法部、财政部,在广泛听取各方意见的基础上,研究制定了《证券服务机构从事证券服务业务备案管理规定》,并于 2020 年 8 月 24 日实施。根据该规定,公司作为信息技术系统服务机构需在证监会进行备案。

（2）《期货公司信息技术管理指引》（2019 年修订）

为适应行业信息技术发展变化形势,切实防范信息技术风险,保护投资者合法权益,中国期货业协会于 2019 年 10 月 16 日发布了修订后的《期货公司信息技术管理指引》。本次修订,根据期

让每个人都能成为

行业专家、管理专家、营销专家、战略专家、成功企业家……

货公司不同的信息技术基础和技术要求，分为四类管理，从一类到四类要求依次提高。

在涉及期货公司信息技术系统的研发项目中，积极参考了《期货公司信息技术管理指引》，根据相关要求开发软件，可满足不同期货公司不同类别的管理要求。

（3）《关于落实穿透式监管相关要求的通知》

上期所、郑商所、大商所和中金所等四大期货交易所于 2019 年 11 月 20 日发布了《关于落实穿透式监管相关要求的通知》，请各期货公司严格落实穿透式监管要求，要求客户通过交易终端软件下达交易指令的，期货公司应确保客户下达的交易指令直达其信息系统，期货公司对客户交易终端信息进行采集，做好中继代理软件管理和认证工作，对于符合监管规定的中继代理软件，开通准入权限。

（4）《中华人民共和国期货法（草案）》

2021 年 4 月 29 日，第十三届全国人大常委会第二十八次会议审议了《中华人民共和国期货法（草案）》并公开征求意见。根据《中华人民共和国期货法（草案）》信息技术服务机构等期货服务机构，应当符合国家及期货行业信息安全相关的技术管理规定和标准及其他相关条件，并向国务院期货监督管理机构和国务院有关主管部门备案。

（5）《金融信息服务管理规定》及《关于开展境内金融信息服务报备工作的通知》

为贯彻落实《金融信息服务管理规定》的相关要求，网信办于 2021 年 7 月 25 日发布了《关于开展境内金融信息服务报备工作的通知》，根据该通知，金融信息服务是向从事金融分析、金融交易、金融决策或者其他金融活动的用户提供可能影响金融市场的信息和（或者）金融数据的服务，不同于通讯社服务、互联网新闻信息服务、金融业务服务和征信业务服务。从事该服务的机构需向网信办进行报备。

第二节 我国金融衍生品软件行业主要发展特征

一、行业经营模式

根据金融衍生品软件和信息技术服务行业的发展特征，行业内企业提供的产品与服务主要可分为交易终端类、交易增值服务类以及网络财经信息服务类三种类型。

让每个人都能成为 行业专家、管理专家、营销专家、战略专家、成功企业家……

金融衍生品软件企业营销趋势及策略研究报告

交易终端类产品和服务系为金融衍生品投资者提供行情信息以及交易下单的软件产品和服务，经营模式可分为两种：

①向期货公司出售行情交易软件以及相关技术服务，再由期货公司免费提供给投资者使用，由期货公司向软件和信息供应商付费购买并按期支付软件使用及授权费用，投资者无需再支付相关费用。

②直接向投资者出售行情交易软件及相关技术服务，由投资者自行付费购买并支付软件使用及授权费用。

（2）交易增值服务类

交易增值服务类服务主要系为满足专业投资者辅助交易决策提供的相关服务，经营模式可分为两种：

①对金融资讯、数据、信息进行搜集、整理、归类、深度发掘和加工后，通过专用客户终端向投资者提供深度行情信息服务、深度研究报告、深度技术指标等增值服务，由投资者自行付费购买决策支持相关产品或服务。

②为量化交易投资者提供量化编程软件、极速行情、云端下单等增值服务，由投资者自行付费购买相关增值服务。

（3）网络财经信息服务类

金融衍生品网络财经信息服务主要系通过财经网站、财经频道或论坛等形式，向用户提供各类财经资讯、金融衍生品资讯查询等服务，并依靠网站、论坛的用户访问量和点击率，转化流量变现，经营模式主要系通过网络广告方式实现盈利。

二、行业技术水平

金融衍生品软件所处行业的技术体现在信息处理和软件开发两方面。

信息处理，即运用计算机信息技术和金融工程技术来采集、挖掘并集中处理海量的金融衍生品数据和资讯，并通过互联网数字压缩、传输、展示技术和软件技术制作出可供使用的信息形式，最终满足资本市场各类投资者即时性、全面性的信息需求。其主要技术特点为：以金融工程技术和互联网技术的融合为基础；以满足资本市场和客户迅速变化的需求为目标；以安全、快速、准确的数据传输和发布能力为前提；以海量的数据处理能力为核心。

软件开发的技术水平在用户终端表现为软件系统的稳定性、安全性、数据完整性、数据访问处理速度、程序下单指令执行速度、功能工具以及用户体验等方面。而这些终端性能取决于系统后台的开发语言、技术架构、数据库、算法逻辑、交易服务器、托管机房条件、网络环境等方面。

让每个人都能成为 行业专家、管理专家、营销专家、战略专家、成功企业家……

随着中国互联网基础技术和应用技术的飞速发展，中国金融衍生品软件和信息技术服务行业的头部企业采用了世界领先的数据传输、分类处理技术，增强了数据传输的效率和稳定性，单从技术水平来看，国内领先企业与国际知名企业基本处于同一水平层次，彼此之间并不存在巨大的技术差距，国内领先企业在某些方面甚至占有优势。

三、行业主要壁垒

经过多年的发展，中国金融衍生品软件和信息技术服务业已度过了小规模经营的发展阶段，一批主要的服务提供商凭借先发优势已成长为行业的领导者，而行业新进入者则面临着较高的进入壁垒。

（1）技术壁垒

金融衍生品软件和信息技术服务行业是知识密集型行业，提供金融衍生品软件和信息技术服务需要掌握多项专业技术，包括金融工程、网络通讯、软件工程、数据处理、信息构架、信息安全等多个技术领域，需要从业企业具备扎实的技术储备。同时，随着客户需求的提高、客户规模的扩大和新型金融产品的推出，行业内企业需要具备越来越强的技术能力。因此，行业新进入者在短期内面临着较高的专业技术壁垒。

（2）行业经验壁垒

对于技术服务提供商而言，要求具有强大的技术研发能力，能够建立并维护全国性的高速、大并发量、大信息量的实时行情信息技术系统，还要对衍生品软件及金融信息服务行业特有的业务规则、业务特征、用户需求有深刻理解，能够不断开发并推出全面、便捷的软件产品和信息服务。因此，一定的行业经验积累也成为本行业的进入壁垒。

（3）人才和资金壁垒

金融衍生品软件和信息技术行业需要信息技术和金融工程技术相互融合，对业务人才的素质要求较高，这些人才需要有业内长期实践的经历才能积累相应的经验和能力。目前这些经验丰富的高水平技术人员大多集中在行业领先企业中。金融衍生品行情交易软件的研发、测试、全国各地数据中心的建立、市场开拓、用户积累及运维网络形成等方面都需要大量的资金投入，因此较高人力和资金投入也成为金融衍生品软件及信息技术服务行业的进入壁垒。

（4）品牌与用户资源壁垒

由于金融信息服务产品的品牌依赖度较大，需要建立起一定的市场知名度和美誉度，方能取得客户的信任。同时，金融衍生品市场的软件产品需要保有一个较大规模的用户群，才能获得一定数

量的收费用户群，并形成规模效应。头部软件产品长时间的市场渗透逐步培养了一批用户的使用习惯，用户往往会形成一定的依赖性，这种用户粘性使得用户不会轻易更换所用的产品和服务。目前

让每个人都能成为

行业专家、管理专家、营销专家、战略专家、成功企业家……

金融衍生品软件企业营销趋势及策略研究报告

行业内的领先企业均拥有了较为庞大的用户群，而行业新进入者在短期内难以累积一定的用户规模，因而存在着较高的壁垒。

四、与上下游行业的关联性

从金融衍生品软件和信息技术服务业的产业链结构看，位于产业链上游的是各类基础信息提供商，包括各交易所的专属信息发布机构和各类专业信息机构，将自有或编辑、整理的数据、资讯或报告提供给信息使用机构。位于产业链中游的是包括公司在内的各种类型的金融衍生品软件和信息技术服务提供商，开发各类行情交易软件。产业链的下游是金融衍生品软件和信息技术服务的用户，包括期货公司等金融中介机构、基金公司、资产管理公司、私募投资基金等机构投资者和个人投资者。

第三节 金融衍生品软件行业发展情况分析

一、金融衍生品软件行业发展背景

金融衍生品市场和互联网软件行业的发展是金融衍生品软件与信息技术服务业的发展基础。随着中国经济的不断发展，国内金融衍生品市场规模迅速扩大，交易品种日益丰富，其所具备的资产配置与风险对冲功能，正逐步得到投资者的认可与重视。金融衍生品的跨产品、跨国境的关联性以及高杠杆、高风险性等特性，使投资者对金融信息的及时性、全面性和交易下单速度都提出了更高的要求；量化交易、高频交易、程序化交易等新的高效、快捷但门槛更高的交易手段，也对金融衍生品交易软件提出了新的技术挑战。

互联网与软件技术是金融衍生品软件与信息技术服务业的技术基础。近年来，中国互联网行业和软件行业发展迅猛，互联网普及率稳步上升，根据工信部公布的 2021 年 1-12 月通信业主要指标完成情况，截至 2021 年 12 月末中国移动互联网用户规模已超过 14.16 亿。在国家和地方产业政策的大力支持下，中国软件行业技术水平不断革新，软件行业人才济济，为金融衍生品软件与信息技术服务业的快速发展打下了坚实的基础。

二、金融衍生品市场概况

金融衍生品市场是一种以证券市场等为基础派生出来的金融市场，金融衍生品工具主要包括期货、期权、互换、远期等基本类型。2014 年 5 月，国务院出台了《关于进一步促进资本市场健康发展的若干意见》（国发〔2014〕17 号），作为资本市场全面深化改革的纲领性文件，该意见对资本市场改革进行了顶层设计和战略规划，这对于凝聚改革共识、明确发展方向、共同推进期货市场

场更好服务实体经济具有深远影响，标志着中国期货市场进入了创新发展的新阶段。2014 年 9 月，中国证监会发布《关于进一步推进期货经营机构创新发展的意见》（证监发〔2014〕77 号），意

让每个人都能成为

行业专家、管理专家、营销专家、战略专家、成功企业家……

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/555034144133012013>