

非接触式温度计行业市场突围 建议及需求分析报告

目录

序言	3
一、2023-2028 年非接触式温度计行业企业市场突围战略分析	3
(一)、在非接触式温度计行业树立“战略突破”理念	3
(二)、确定非接触式温度计行业市场定位、产品定位和品牌定位	4
1、市场定位	4
2、产品定位	4
3、品牌定位	6
(三)、创新寻求突破	7
1、基于消费升级的科技创新模式	7
2、创新推动非接触式温度计行业更高质量发展	8
3、尝试业态创新和品牌创新	8
4、自主创新+品牌	9
(四)、制定宣传计划	10
1、策略一：学会做新闻、事件营销——低成本的传播工具	10
2、策略二：学会以优秀的品牌视觉设计突出品牌特色	11
3、策略三：学会使用网络营销	11
二、2023-2028 年非接触式温度计行业市场运行趋势及存在问题分析	12
(一)、2023-2028 年非接触式温度计行业市场运行动态分析	12
(二)、现阶段非接触式温度计业存在的问题	12
(三)、现阶段非接触式温度计业存在的问题	13
(四)、规范非接触式温度计业的发展	15
三、非接触式温度计企业战略选择	15
(一)、非接触式温度计行业 SWOT 分析	15
(二)、非接触式温度计企业战略确定	16
(三)、非接触式温度计行业 PEST 分析	17
1、政策因素	17
2、经济因素	17
3、社会因素	18
4、技术因素	18
四、非接触式温度计企业战略目标	19
五、非接触式温度计行业政策背景	19
(一)、政策将会持续利好非接触式温度计行业发展	19
(二)、非接触式温度计行业政策体系日趋完善	20
(三)、非接触式温度计行业一级市场火热,国内专利不断攀升	20
(四)、宏观经济背景下非接触式温度计行业的定位	21
六、非接触式温度计业的外部环境及发展趋势分析	21
(一)、国际政治经济发展对非接触式温度计业的影响	21
(二)、国内政治经济发展对非接触式温度计业的影响	22
(三)、国内突出经济问题对非接触式温度计业的影响	22
七、非接触式温度计产业发展前景	23
(一)、中国非接触式温度计行业市场规模前景预估	23
(二)、非接触式温度计进入大面积推广应用阶段	23

(三)、中国非接触式温度计行业市场增长点	24
(四)、非接触式温度计行业细分化产品将会最具优势	24
(五)、非接触式温度计产业与互联网相关产业融合发展机遇	25
(六)、非接触式温度计国际合作前景广阔、人才培养市场大	26
(七)、巨头合纵连横,行业集中趋势将更加显著	27
(八)、建设上升空间较大,需不断注入活力	27
(九)、非接触式温度计行业发展需突破创新瓶颈	27
八、非接触式温度计行业未来发展机会	28
(一)、在非接触式温度计行业中通过产品差异化获得商机	28
(二)、借助非接触式温度计行业市场差异赢得商机	29
(三)、借助非接触式温度计行业服务差异化抓住商机	29
(四)、借助非接触式温度计行业客户差异化把握商机	30
(五)、借助非接触式温度计行业渠道差异来寻求商机	30
九、非接触式温度计行业风险控制解析	31
(一)、非接触式温度计行业系统风险分析	31
(二)、非接触式温度计业第二产业的经营风险	31
十、关于未来 5-10 年非接触式温度计业发展机遇与挑战的建议	31
(一)、2023-2028 年非接触式温度计业发展趋势展望	31
(二)、2023-2028 年非接触式温度计业宏观政策指导的机遇	32
(三)、2023-2028 年非接触式温度计业产业结构调整机遇	32
(四)、2023-2028 年非接触式温度计业面临的挑战与对策	33

序言

依据编者的深度调查分析及专业预测,本次行业报告将从下面九个方面全方位对非接触式温度计行业过去的发展情况进行详细的研究与分析,并将对非接触式温度计行业进行专业的未来发展趋势预测,还将对非接触式温度计行业前景进行展望及提出合理化的建议。依据编者的深度调查分析及专业预测,本次行业报告将从下面九个方面全方位对非接触式温度计行业过去的发展情况进行详细的研究与分析,并将对非接触式温度计行业进行专业的未来发展趋势预测,还将对非接触式温度计行业前景进行展望及提出合理化的建议。本报告只可当做行业报告模板参考和学习,不可用于商业用途,也不提供其他商业价值,请自行决定是否购买,特此申明。

一、2023-2028 年非接触式温度计行业企业市场突围战略分析

(一)、在非接触式温度计行业树立“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。非接触式温度计行业的企业必须有“突破,然后突破”的理念。

1、技术部和市场部分别对非接触式温度计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，决定突破非接触式温度计产业战略：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）、确定非接触式温度计行业市场定位、产品定位和品牌定位

非接触式温度计行业市场定位、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。

1、市场定位

非接触式温度计行业市场定位是指竞争对手现有非接触式温度计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，并通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

非接触式温度计行业目标市场定位（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。

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/808043004021006060>