
智能投顾行业市场突围建议及 需求分析报告

目录

序言.....	
一、2023-2028 年智能投顾企业市场突破具体策略.....	
(一)、密切关注竞争对手的策略,提高智能投顾产品在行业内的竞争力.....	4
(二)、使用智能投顾行业市场渗透策略,不断开发新客户.....	
(三)、实施智能投顾行业市场发展战略,不断开拓各类市场创新源.....	
(四)、不断提高产品质量,建立覆盖完善的服务体系.....	
(五)、实施线上线下融合,深化智能投顾行业国内外市场拓展.....	
(六)、在市场开发中结合渗透和其他策略.....	
二、智能投顾业发展模式分析.....	
(一)、智能投顾地域有明显差异.....	
三、智能投顾行业(2023-2028)发展趋势预测.....	
(一)、智能投顾行业当下面临的机会和挑战.....	
(二)、智能投顾行业经营理念快速转变的意义.....	
(三)、整合智能投顾行业的技术服务.....	
(四)、迅速转变智能投顾企业的增长动力.....	
四、2023-2028 年智能投顾产业发展战略分析.....	10
(一)、树立智能投顾行业“战略突围”理念.....	10
(二)、确定智能投顾行业市场定位,产品定位和品牌定位.....	10
1、市场定位.....	10
2、产品定位.....	11
3、品牌定位.....	12
(三)、创新力求突破.....	13
1、基于消费升级的技术创新模型.....	13
2、创新促进智能投顾行业更高品质的发展.....	14
3、尝试格式创新和品牌创新.....	15
4、自主创新+品牌.....	16
(四)、制定宣传方案.....	17
1、学会制造新闻,事件行销——低成本传播利器.....	17
2、学习通过出色的品牌视觉设计突出品牌特征.....	17
3、学会利用互联网营销.....	18
五、智能投顾行业政策背景.....	18
(一)、政策将会持续利好智能投顾行业发展.....	18
(二)、智能投顾行业政策体系日趋完善.....	19
(三)、智能投顾行业一级市场火热,国内专利不断攀升.....	19
(四)、宏观经济背景下智能投顾行业的定位.....	20
六、智能投顾产业发展前景.....	20
(一)、中国智能投顾行业市场规模前景预估.....	20
(二)、智能投顾进入大面积推广应用阶段.....	21
(三)、中国智能投顾行业市场增长点.....	21
(四)、智能投顾行业细分化产品将会最具优势.....	22
(五)、智能投顾产业与互联网相关产业融合发展机遇.....	22
(六)、智能投顾国际合作前景广阔、人才培养市场大.....	23

(七)、巨头合纵连横,行业集中趋势将更加显著.....	24.....
(八)、建设上升空间较大,需不断注入活力.....	24.....
(九)、智能投顾行业发展需突破创新瓶颈.....	25.....
七、智能投顾企业战略实施要点.....	25.....
(一)、打造自主品牌	25.....
(二)、重塑企业价值链.....	26.....
1、规范研发设计流程.....	26.....
2、优化生产制造.....	26.....
(三)、重视市场营销	27.....
(四)、整合线上线下平台.....	29.....
(五)、宏观环境下智能投顾行业的定位	29.....
(六)、智能投顾行业发展趋势.....	30.....
八、智能投顾行业未来发展机会.....	30.....
(一)、在智能投顾行业中通过产品差异化获得商机	30.....
(二)、借助智能投顾行业市场差异赢得商机.....	31.....
(三)、借助智能投顾行业服务差异化抓住商机.....	31.....
(四)、借助智能投顾行业客户差异化把握商机.....	32.....
(五)、借助智能投顾行业渠道差异来寻求商机.....	32.....
九、“疫情”对智能投顾业可持续发展目标的影响及对策.....	33.....
(一)、国内有关政府机构对智能投顾业的建议.....	33.....
(二)、关于智能投顾产业上下游产业合作的建议.....	34.....
(三)、突破智能投顾企业疫情的策略.....	34.....
十、智能投顾行业企业差异化突破战略.....	35.....
(一)、智能投顾行业产品差异化获取“商机”.....	35.....
(二)、智能投顾行业市场分化赢得“商机”.....	35.....
(三)、以智能投顾行业服务差异化“抓住”商机.....	36.....
(四)、用智能投顾行业客户差异化“抓住”商机.....	36.....
(五)、以智能投顾行业渠道差异化“争取”商机.....	36.....

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智能投顾行业过去的发展情况进行详细的研究与分析,并将对智能投顾行业进行专业的未来发展趋势预测,还将对智能投顾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智能投顾行业过去的发展情况进行详细的研究与分析,并将对智能投顾行业进行专业的未来发展趋势预测,还将对智能投顾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 年智能投顾企业市场突破具体策略

(一)、密切关注竞争对手的策略,提高智能投顾产品在行业内的竞争力

迈克尔·波特指出,“竞争优势是公司在竞争激烈的市场中行为收益的核心”。一个企业在激烈的市场竞争中能否获得比竞争对手更有利的竞争优势,是企业生存和发展的关键。目前,企业可以围绕第一战略,尽快提高智能投顾行业产品的竞争力,尽量缩小与智能投顾行业产品、质量、服务、营销策略等方面的差距,努力做到实现战术

自我创新。

(二)、使用智能投顾行业市场渗透策略，不断开发新客户

对于成功开发的智能投顾行业产品，我们将不断提高产品质量，降低产品成本，提高服务质量，采取灵活的定价策略来增加竞争力，从而扩大产品在现有市场的销售，鼓励现有客户购买更多公司产品，同时也吸引竞争对手的客户购买本公司产品，或刺激未使用本公司产品的客户加入购买者行列。

(三)、实施智能投顾行业市场发展战略，不断开拓各类市场创新源

企业要密切关注智能投顾行业市场的消费需求趋势，进行市场开拓，不断开拓各种市场创新源。

(四)、不断提高产品质量，建立覆盖完善的服务体系

树立用户至上观，即从智能投顾行业产品的研发、生产、销售环节，尽可能将可预见的用户“不满意”因素从产品周期中剔除。同时，通过服务延伸，完善产品质量跟踪、反馈、调整体系。只有将智能投顾行业营销策略延伸到影响客户的价值链，客户才能获得更多利益，也可以增加产品的吸引力和客户忠诚度。

(五)、实施线上线下融合，深化智能投顾行业国内外市场拓展

电子商务市场具有全球化、交易连续性、成本低、资源集约化、

信息化和用户量化等优势。不仅可以帮助企业快速的调整发展决策和指导生产计划，还可以帮助传统制造充分挖掘线上线下可用资源，快速接收用户反馈信息，为客户提供快速的产品开发和迭代服务，响应市场需求，保持竞争优势。因此，建议智能投顾行业企业在经营管理中大力实施电子商务战略，实施线上线下融合，深度拓展国内外市场。

(六)、在市场开发中结合渗透和其他策略

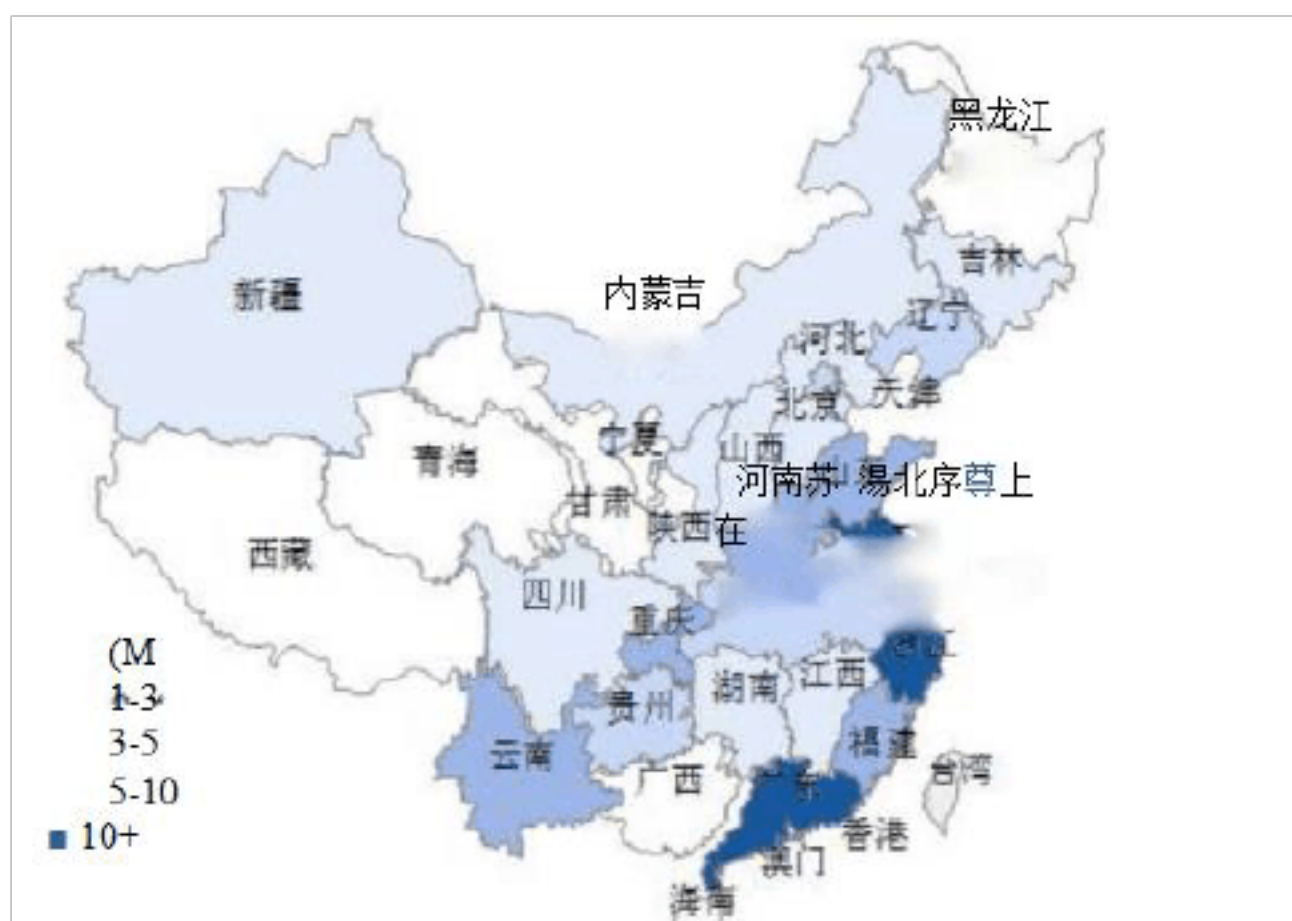
渗透战略是安索夫矩阵针对原始市场和原始产品提出的战略措施。也是产品生命周期中成熟市场的营销策略。智能投顾公司在现有市场规模较大，具有较强的竞争潜力；同时，产品需求的价格弹性比较大，可以降低价格来增加需求；批量生产可以进一步降低生产成本。渗透战略的有效实施，可以让智能投顾企业占据较大的市场份额，增加销售额以获得企业利润，更容易获得销售渠道成员的支持。同时，低廉的价格和低利润对阻止竞争对手的介入有着很大的障碍和影响。

对于新市场而言，单一的产品和服务不足以支撑新市场发展战略的实施。因此，有必要进一步加大产品研发力度，开发适应国际市场发展需要的新产品，实施撇脂策略。要实施这一战略，企业必须在新市场中使新产品和服务的卖点优于现有产品的卖点，才能有效吸引目标消费群体，并通过战略的有效实施实现短期利润最大化目标。 ，这有利于智能投顾行业公司确定公司的竞争地位。

二、智能投顾业发展模式分析

(一)、智能投顾地域有明显差异

中国幅员辽阔，形成了复杂的自然地理环境。同时，由于城市化进程的不同，智能投顾企业的区域分布也不同。传统智能投顾企业大多具有较强的区域属性，跨区域发展存在一定的隐性障碍。



三、智能投顾行业（2023-2028）发展趋势预测

(一)、智能投顾行业当下面临的机会和挑战

在当今激烈的市场竞争环境下，包括分销商在内的国内智能投顾企业面临着前所未有的挑战和机遇。

一方面，在智能投顾行业的竞争下，企业和企业之间展开了肉搏战，价格战已经到了极限，使得智能投顾行业的许多企业难以继续，

而那些拥有大腕和大腰的龙头企业也在将他们的手从市场上移开。另一方面，国内智能投顾市场的快速增长带来了巨大的市场增长空间。在同样的市场环境下，能够抓住机遇的企业发展迅速，智能投顾行业的一些企业经不起市场的考验，必然会出现整合或发展困难，经营难以持续。

智能投顾行业的一些龙头企业的优势在于，他们可以通过减少单店规模来接近社区和客户。另一方面，通过门店之间的连锁关系，扩大企业规模，统一企业形象。通过集中采购，共享技术、管理、客户等各种资源，可以有效降低单分散终端销售的运营成本。所以他们有非常大的发展空间。而产品质量的提高，趋势越来越明确，也带来更多的发展空间。然而，目前，国内模式似乎鲜有赢家。大多数是由智能投顾行业的供应商建立的松散产品销售联盟，以推广其产品。这些特许连锁组织只能简单地实现形象的统一和部分产品的集中采购。

(二)、智能投顾行业经营理念快速转变的意义

一个成功的智能投顾业商业模式，首先要有明确的定位和思路。市场定位必须准确，我们应该冷静地分析自己的优势和劣势、机会和威胁。要有明确的发展思路和成熟的战略战术。在市场成熟之前，我们应该先发制人，迅速改变经营思路，抓住第一个机会。

在智能投顾行业业务流程的思维转变方面，我们的业务模式应该是灵活的。走特色经营之路，即差异化经营战略。为了保持持续创新，我们应该在业务上与竞争对手形成明显的差异，而这种差异正是客户

所需要的。我们应该习惯于学习如何更好地满足最终用户的需求，同时满足网络单元用户的需求。

(三)、整合智能投顾行业的技术服务

转变经营理念是走智能投顾业经营之路的前提。然而，只有将概念转化为行动，它才能最具说服力。在这方面，我们需要在技术和服务方面做出更多努力，以迎接智能投顾行业新时代的到来。在技术和服务方面，首先要建立完善的信息管理体系。包括新产品信息、技术信息、竞争对手信息、客户信息、市场信息等，并对收集到的信息进行及时分析、处理和沟通。

(四)、迅速转变智能投顾企业的增长动力

智能投顾企业应当建立完善的内部管理制度和各项工作流程。加强现场管理的重要性，严格执行完整的内部管理制度，是智能投顾企业发展的基础；健全科学的工作流程是企业正常运营的前提；严格的现场管理是企业工作标准的体现。

有效地从“销售产品”转变为“销售服务”。智能投顾企业的差异化经营，只能从服务上取得成效。我们应该充分认识到，产品可以创造价值和利润，服务可以创造更高的价值和更大的利润。然而，随着智能投顾行业的进一步成熟和发展，行业竞争将日趋激烈。经营管理不善，行业利润下降，将淘汰一大批经营者。具有实力、技术、管理和战略眼光的大型智能投顾企业将在激烈的市场竞争中脱颖而出。

四、2023-2028 年智能投顾产业发展战略分析

(一)、树立智能投顾行业“战略突围”理念

随着技术的飞速发展，市场在不断变化，许多公司采用新产品的速度也在加快，新的包围圈正在形成。智能投顾行业中的公司必须具有“突破再突破”的概念。

1、技术部门和市场营销部门对国内外智能投顾行业的技术和消费市场进行了详细调查，以确定该行业的发展方向。

2、在论证的基础上，做出突破智能投顾产业战略的决定：研发符合市场方向的产品，并形成自身产品的优势（进一步明确了技术创新的发展思路：高端/中端/低端市场）。

(二)、确定智能投顾行业市场定位，产品定位和品牌定位

智能投顾行业市场定位，产品定位和品牌定位是三个主要的营销定位。任何成功的产品营销都必须有一个准确的定位，以适应这一阶段，例如王老吉的“怕上火”，农夫山泉的天然水，舒肤佳杀菌剂，阿里巴巴的中小企业交易平台等，定位是成功营销的第一步。

1、市场定位

智能投顾行业的市场定位是指竞争对手现有智能投顾产品在市场中的位置，在某种程度上，消费者或用户重视产品的某些特性，灵

活性和核心利益。创造公司产品独特，令人印象深刻和独特的个性或形象，并通过一系列特定的营销组合将这种形象快速，准确，生动地传递给客户，并影响客户对产品的整体感觉。

比如智能投顾市场可定位：城市中等收入及以上的家庭，有一定经济基础，对新事物有较强的接受力，追求高品质的生活的客户群体。

2、产品定位

智能投顾行业目标市场定位（简称市场定位）是指公司对目标消费者或目标消费者市场的选择；产品定位是指公司对应于满足目标消费者或目标消费者市场的哪种产品。从理论上讲，应该首先进行市场定位，然后再进行产品定位。智能投顾行业产品定位是选择目标市场并集成公司产品的过程，即将市场定位公司化和产品化的工作。

可以使用：智能投顾行业产品差异定位方法，主要灵活性定位方法，兴趣定位方法，用户定位方法，使用定位方法，分类定位方法，特定竞争对手的定位方法，关系定位方法，问题定位方法等。方法用于定位。但是无论哪种定位，定位的基本方法都是比较，即性价比。它不仅是产品性能和产品价格的比较，也是客户收入和付款的比例。客户的利益可能是心理上的或服务上的。

智能投顾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。首先，智能投顾行业的产品定位应适应消费者的需求，投资他们喜欢的东西，然后将其提供给他们，以建

立产品形象并促进购买行为；第二个是智能投顾行业的产品。定位应适应人力，财力，物力等企业自身资源配置的条件，以保质保量及时平稳地达到市场地位。

竞争原则也可以称为差异原则。在智能投顾行业中的产品定位不能是一厢情愿的，必须根据市场上同一行业中竞争对手的情况（例如竞争对手的数量，他们各自的优势以及产品的不同市场地位等）来确定。降低竞争风险并促进产品销售。例如，公司 B 的产品服务于较高收入的消费者，而公司 A 的产品则定位于服务于低收入者； B 公司的产品之一是杰出的，而 A 公司的产品又被定位为其他产品。在灵活性方面，形成了产品差异化的特征。“人无我有，人有我优”是这种竞争原则的应用的具体体现。

可以看出，智能投顾行业的产品定位基本上取决于四个方面：产品，公司，消费者和竞争者，即产品的特征，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。如果协调正确，则可以正确确定产品状态。

3、品牌定位

智能投顾行业品牌定位是根据市场定位和产品定位，根据特定品牌的文化定位和个性差异做出的业务决策。这是建立与目标市场相关的品牌形象的过程和结果。

智能投顾行业品牌定位是市场定位的核心和表现。企业一旦选择了目标市场，就必须设计和塑造自己的相应产品，品牌和企业形象，

以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，而品牌是公司传播产品相关信息的基础，因此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，品牌定位也成为市场定位的核心和集中表现。

消费者具有不同的类型，不同的消费水平，不同的消费习惯和偏好。公司的智能投顾行业品牌定位必须从主观和客观条件和因素出发，以找到满足竞争目标要求的目标消费者。根据细分市场中的特定细分市场，满足特定消费者的特定需求，找出市场空白，并完善品牌定位。消费者的需求在不断变化，公司还可以根据时代的进步和新产品的发展，引导目标消费者产生新的需求并形成新的品牌定位。智能投顾品牌定位必须打动客户的心，并唤起他们的内在需求。这是智能投顾品牌定位的重点。

(三)、创新力求突破

只有创新者才能进步，只有创新者才能强大，只有创新者才能赢。“科技是第一生产力”，一个好的公司只能规模化，高质量，一个强大的公司必须依靠技术的创新和应用，智能投顾行业公司也是如此。

1、基于消费升级的技术创新模型

90年代以后甚至00年代以后已经成为社会消费的主要人群。一方面，这群人完全崇拜技术，对技术没有抵抗力。技术因素已被整合到消费者的骨头中，可以被视为技术蔓延。另一方面，智能投顾创新

需求只有依靠科技创新才能解决个性化政府与规模化工业生产之间的矛盾，才能实现衣食富足，有求必应的顺应时代潮流的智能化景象。

中国经济正在从投资主导型向消费主导型转变，智能投顾技术创新必将导致消费升级。借助技术创新，出现了许多新类别，新服务和新模式。不断变化的消费习惯，变革的消费模式以及重塑消费过程，催生了各种消费形式的兴起，例如跨地区跨境，在线和离线以及经验分享。

基于消费升级的智能投顾技术创新模型仍然是创新烈士的方向。无论技术如何发展，它仍然是一种工具。品牌的生存和发展需要品牌力，产品力和消费力的整合，而不能仅依靠某种技术迭。

2、创新促进智能投顾行业更高品质的发展

智能投顾行业创新的关键是大数据，云计算，物联网，人工智能和其他信息技术的创新，业务格式和模型的创新以及商品和服务的创新。通过信息技术的创新，我们可以降低物流成本，运营成本，管理成本，提高效率并提高竞争力；通过技术创新，可以有效地促进业务形式和模式的创新。通过创新业务格式和模式，我们可以更好地满足消费者多样化，多层次，多方面和个性化的需求；商品和服务的创新可以刺激潜在的消费，提高边际消费率，并扩大消费。

过去，在我国模仿型消费的环境下，商业格式的“标准化”和“模型格式”的发展是我国零售业发展的明显而安静的特征。在当前和未来的新环境中，消费变得更加个性化和多样化的消费正成为主流，传

统智能投顾的发展将不再适应新的形式并满足新的消费需求。有必要加快新技术，新格式和新模型的创新。首先，有必要解决消费者追求差异化商品和服务与零售商提供标准化，基于模型的经营之间的矛盾。其次，零售商必须控制商品的定价能力，并拥有自己独特的商品才能获得市场准入优势。在智能投顾新业务形式和新模式创新方面，中小型零售公司是创新的支柱和新力量。国家还应重视占市场参与者 90% 以上的中小型零售公司的创新，并通过在整个行业中积极创新来促进我国的零售业带来更高品质的发展。

3、尝试格式创新和品牌创新

对于智能投顾行业，公司向消费者提供的产品和服务始终是消费者关注的核心问题。面对迅速变化的消费者需求，更适合消费者需求的业务格式和品牌有望帮助公司覆盖更多的客户群并实现持续增长。xxx 以现有品牌为基础，xxx 将扩展为“小巧精致”，尝试新模型，例如商业商店，旅游商店，社区商店，购物中心等，并希望利用品牌影响力和多年的经营经验来缩短获利时间。

中高端品牌 XX 的目标是在食品，服务，就餐环境等方面创造出出色的用户体验，从而将客户群扩展到中高端用户；由 xxx 支持的主要从事烹饪的公司尤定于 2017 年成功上市。新三板进一步加强了 xxx 的产业布局；xxx 有选择地将商店升级到 2.0 版，通过现代餐饮装饰设计提供更高端的用餐氛围，同时继续扩大 xxxxx 外卖送餐服务，充分利用高峰时间以外的营业时间以提高业务绩效。

4、自主创新+ 品牌

没有创新的企业就是没有灵魂的企业。没有核心技术的企业就是没有骨干的企业。

大量中国公司在“制造业”链接中处于国际分工的“微笑曲线”的底部，默默地为其他人制作“婚纱”，而在诸如研发，品牌塑造等高端链接中，销售渠道已被发达国家的跨国公司使用、控制。为了维持企业的发展，中国企业只能依靠扩大规模和降低成本，这造成了竞争性降价和低价竞争的恶性循环。

“中国制造 2027”的战略任务之一是加强优质品牌建设，鼓励企业追求卓越品质，形成具有自主知识产权的名牌产品，不断提高企业品牌价值和整体形象。中国制造。这无疑对加快中国产品向中国品牌的转化具有重大的现实意义和深远的历史意义。

智能投顾行业品牌是质量的象征，信誉的凝结和经济的名片。据统计，全球市场的 80% 被主导品牌的 20% 占据。另一方面，尽管我国制造业规模已成为世界最大，但智能投顾品牌的弱势仍然是困扰中国制造业发展的隐忧和弊端。

从企业的角度来看，同一类智能投顾，xxx 和无品牌仿制版本之间的差异是一百倍以上；相同原材料的智能投顾的国际知名品牌与中国品牌之间的价格差异巨大。不难看出，品牌作为企业的无形资产，是企业的巨大财富。在贸易领域，商家选择某种品牌的产品，只要产品具有优良的品质，只要质量在消费者心中产生信誉，即使价格远高于其他同类产品，品牌也有价值。产品，消费作者仍然相信品牌的价

值，并认为其高价是崇高地位的象征。

当前，随着国外技术贸易措施的增加和国内竞争的加剧，目前智能投顾市场供应量很大。随着国外技术贸易手段的增多和国内竞争的加剧，智能投顾市场供过于求的矛盾日益突出。但是，在如此严峻的市场环境下，一些世界智能投顾知名品牌的市场份额并没有减少，反而越来越大，没有品牌的公司的生存空间越来越窄。因此，创立自己的智能投顾品牌和树立良好的智能投顾品牌形象已变得空前重要和紧迫。

(四)、制定宣传方案

1、学会制造新闻,事件行销——低成本传播利器

现在企业营销中，品牌传播是核心。因此，如何快速启动智能投顾行业品牌是品牌成长的关键要素。新闻效果是最有效的交流手段。例如，农夫山泉挑战纯净的水来举件，砸奔驰的举件，微信红包，保定油条兄弟事迹等等，这些都是新闻热点形成的新闻效果，使智能投顾品牌迅速传播从而形成了口碑效应是品牌快速成长的捷径。

2、学习通过出色的品牌视觉设计突出品牌特征

什么是智能投顾行业品牌？最后，它是一个视觉图腾。当您提到麦当劳时，您会怎么想？黄色的弓箭手在提及佛教时会怎么想？金色的背景和寺庙；当您提到肯德基时，您会怎么想？美国上校团长；您对真正的功夫快餐有什么看法？李小龙的肌肉和双节棍；当您提到

58.com 网站时，您会怎么想？那只可爱的小驴子... 诸如此类的经典案例都是实现智能投顾品牌突破的重要工具，而从未忘记的品牌则具有永恒的生命力。

3、学会利用互联网营销

智能投顾在线营销的方法很多，其中大多数是低成本的营销工具，例如 SEO，关键字搜索，竞价排名，电子邮件，社区，论坛，即时消息等，它们是 PC Internet 中常见的在线营销工具。近年来流行的微营销系统是一种现代的，低成本，高性价比的营销方法。与传统的营销方式相比，“微营销”主张通过虚拟与现实之间的互动，建立涉及研发，产品，渠道，市场，品牌传播，促销和客户关系的“更轻便”和更有效的营销。整个链条整合了各种营销资源，已经达到了小博客和轻博客的营销效果。目前，微营销通常是指微信营销和微博营销，这是公司快速传播智能投顾品牌并建立口碑效应的最佳途径。

五、智能投顾行业政策背景

(一)、政策将会持续利好智能投顾行业发展

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+智能投顾，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

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/007100101146010010>