

企业诊断课题备案表	
一、课题基本信息	
课题名称：德阳数据交易有限公司市场化运营与差异化发展诊断	
课题类型	☒ 战略管理 ☒ 市场营销 ☒ 人力资源 ☐ 运营管理 ☐ 财务管理 ☐ 数字化转型 ☒ 其他
二、企业信息	
企业名称：德阳数据交易有限公司	
企业简介	德阳数据交易有限公司主要承担数据要素流通交易体系构建、数据要素交易规则执行、数据权益保障制度落实等重要职能，开展数据运营、数据开发、数据评估、数据交易等业务，旨在打造全国一流的数据流通交易平台，引导各类数商进场交易，为数据要素市场提供安全可信、稳定高效的数据交易环境，推动数据安全有序流通和产业发展。 公司负责建设数据流通交易场所，打造“一库双链”培育三级市场，以“数据元件”为主要流通标的物探索数据“可用不可见、可控可计量”流通交易，推动数据价值实现。已归集涵盖公共数据、企业数据和个人信息数据 60 余类，数据接口 11449 个，上架交易数据产品近 3300 个，支撑打造应用场景 50 余个，涵盖金融服务、商贸流通、交通运输等多个领域，带动行业经济价值超 80 亿。
三、课题内容	
课题背景	德阳数据交易有限公司作为市级数据交易机构，处于国家推动数据要素市场化配置、区域数字经济加速发展的重要窗口期。企业虽已形成数据元件标准化和资产金融化的特色路径，并取得一定交易规模和场景成果，但仍面临企业客户对数据价值认知不足、数据产品标准化与规模化难度较大、市场教育成本高、品牌影响力与资源整合能力弱于省级平台等现实问题。尤其在成渝及西南区域数据交易平台竞争加剧背景下，德阳数交亟需进一步明确目标市场、优化产品体系、提升营销转化效率、强化生态协同能力，探索一条兼具区域特色与可持续增长能力的市场化发展路径。因此，本课题拟从战略定位、市场营销、产品模式与生态运营等维度，对企业开展系统诊断。
诊断目标	(1) 梳理企业市场定位与核心竞争力； (2) 识别市场拓展、产品推广和生态协同中的关键问题； (3) 提出优化营销策略、产品体系和发展路径的建议； (4) 为企业提升交易活跃度和区域影响力提供参考。
主要诊断内容	(1) 企业发展现状与业务模式分析； (2) 外部环境与区域竞争格局分析； (3) 目标客户与市场需求分析；

	(4) “数据元件”产品体系与应用场景分析； (5) 营销推广、品牌传播与市场教育诊断； (6) 生态合作与资源整合能力分析； (7) 关键问题归纳及优化建议提出。
拟采用的方法与工具	PEST 分析、SWOT 分析、问卷调查、深度访谈、数据统计分析、流程梳理、对标分析法等
四、预期成果	
形成《德阳数据交易有限公司市场化运营诊断报告》；提出目标市场、营销推广和品牌建设优化建议；提出“数据元件”产品体系和场景拓展优化方案；形成企业中短期发展路径建议。	
五、学生要求	
具备市场营销、企业管理、数字经济等相关基础；能运用常见分析工具开展企业诊断；具备资料整理、调研分析和报告撰写能力；较强的沟通协作能力和责任意识；遵守企业调研与保密要求。	