

2026-2031年中国数字营销行业未来发展趋势预测及投资战略分析报告

报告简介

在激烈的市场竞争中，企业及投资者能否做出适时有效的市场决策是制胜的关键。数字营销行业研究报告就是为了解行情、分析环境提供依据，是企业了解市场和把握发展方向的重要手段，是辅助企业决策的重要工具。报告根据数字营销行业监测统计数据指标体系，研究一定时期内中国数字营销行业生产消费的现状、变化及趋势。数字营销报告有助于企业及投资者洞察中国数字营销行业市场供需行为，评估中国数字营销行业投资价值，为相关企业提供第三方的决策支持。报告内容有助于数字营销行业企业、投资者了解市场供需情况，并可以为企业市场推广计划的制定提供第三方决策支持。该报告第一时间为客户提供中国数字营销行业年度供求数据分析，报告具有内容翔实、模型准确、分析方法科学等特点。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息咨询有限公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、全国商业信息中心、中国经济景气监测中心、51行业报告网、全国及海外多种相关报刊杂志的基础信息等公布和提供的大量资料，对国际、国内数字营销行业市场发展状况、关联行业发展状况、行业竞争状况、优势企业发展状况、消费现状以及行业营销进行了深入的分析，在总结中国数字营销行业发展历程的基础上，结合新时期的各方面因素，对中国数字营销行业的发展趋势给予了细致和审慎的预测论证。本报告是数字营销行业生产、经营、科研企业及相关研究单位极具参考价值的专业报告。

报告目录

第一章 中国数字营销行业发展必然性分析

1.1 数字营销行业发展背景分析

1.1.1 政策背景分析

1.1.2 社会背景分析

1.1.3 经济背景分析

1.1.4 技术背景分析

1.2 数字营销行业发展必然性分析

1.2.1 数字营销解决传统营销痛点

1.2.2 数字营销解决企业营销信息不对称

1.2.3 数字营销解决广告效率低下问题

1.3 数字营销行业新营销模式分析

1.4 数字营销行业突破点分析

1.4.1 借势

1.4.2 创新

1.4.3 体验

第二章 中国数字营销行业发展现状分析

2.1 数字营销市场整体发展状况

2.1.1 数字营销市场规模分析

2.1.2 数字营销市场发展特点

2.1.3 广告主数字营销发展现状

(1)广告主数字营销预算分配

(2)广告主网络广告预算分配

2.2 数字营销行业技术构建分析

2.2.1 数字营销软件技术分析

2.2.2 数字营销硬件技术分析

2.3 数字营销行业经典案例分析

2.3.1 戴尔数字营销

2.3.2 美克家居数字营销

2.3.3 赫基集团数字营销

第三章 中国数字营销行业营销策略分析

3.1 数字营销之广告营销分析

3.1.1 数字营销广告模式

(1)展示广告分析

(2)搜索广告分析

(3)社交广告分析

(4)分类广告分析

(5)导航广告分析

搜索广告分析

其他广告分析

3.1.2 数字营销广告形式

(1)横幅广告形式

(2)信息流广告形式

(3)角标广告形式

(4)开屏广告形式

(5)其他广告形式

3.1.3 广告平台竞争因素

3.1.4 广告营销典型案例

3.1.5 广告营销市场竞争

3.2 数字营销之广告公关分析

3.2.1 公关营销发展现状

3.2.2 公关营销典型案例

3.2.3 公关营销市场竞争

3.3 数字营销之广告网络分析

3.3.1 网络营销发展现状

3.3.2 网络营销典型案例

3.3.3 网络营销市场竞争

3.4 数字营销之广告水军分析

3.4.1 水军营销发展现状

3.4.2 水军营销典型案例

3.4.3 水军营销市场竞争

第四章 中国数字营销行业广告主调研分析

4.1 数字营销行业营销媒体分析

4.1.1 广告主PC端媒体广告营销预算分配

4.1.2 广告主移动端媒体广告营销预算分配

4.1.3 广告主数字营销社交媒体选择

4.1.4 广告主数字营销视频媒体选择

4.1.5 广告主数字营销电商媒体选择

4.1.6 广告主数字营销新闻门户选择

4.2 广告主数字营销广告模式及形式选择

4.2.1 广告主数字营销广告模式选择

4.2.2 广告主数字营销广告形式选择

4.3 广告主数字营销广告平台选择

4.3.1 广告主广告投放渠道

4.3.2 广告主关注广告平台情况

4.3.3 广告主合作平台选择

第五章 中国数字营销行业应用领域分析

5.1 快消行业数字营销分析

5.1.1 快消行业消费群体分析

5.1.2 快消行业营销特点分析

5.1.3 快消行业营销痛点分析

5.1.4 数字营销需求分析

5.1.5 数字营销典型案例

5.1.6 数字营销策略分析

5.2 金融数字营销分析

5.2.1 金融行业消费群体分析

5.2.2 金融行业营销特点分析

5.2.3 金融行业营销痛点分析

5.2.4 数字营销需求分析

5.2.5 数字营销典型案例

5.2.6 数字营销策略分析

5.3 房地产数字营销分析

5.3.1 房地产行业消费群体分析

5.3.2 房地产行业营销特点分析

5.3.3 房地产行业营销痛点分析

5.3.4 数字营销需求分析

5.3.5 数字营销典型案例

5.3.6 数字营销策略分析

5.4 旅游数字营销分析

5.4.1 旅游行业消费群体分析

5.4.2 旅游行业营销特点分析

5.4.3 旅游行业营销痛点分析

5.4.4 数字营销需求分析

5.4.5 数字营销典型案例

5.4.6 数字营销策略分析

5.5 影视数字营销分析

5.5.1 影视行业消费群体分析

5.5.2 影视行业营销特点分析

5.5.3 影视行业营销痛点分析

5.5.4 数字营销需求分析

5.5.5 数字营销典型案例

5.5.6 数字营销策略分析

5.6 教育数字营销分析

5.6.1 教育行业消费群体分析

5.6.2 教育行业营销特点分析

5.6.3 教育行业营销痛点分析

5.6.4 数字营销需求分析

5.6.5 数字营销典型案例

5.6.6 数字营销策略分析

第六章 社会化媒体营销行业标杆企业分析

6.1 蓝色光标经营分析

6.1.1 企业发展概况分析

6.1.2 企业经营业务分析

6.1.3 企业经营业绩分析

6.1.4 企业的核心竞争力

6.1.5 企业的代表性案例

6.1.6 企业最新发展动向

6.2 用乐数字经营分析

6.2.1 企业发展概况分析

6.2.2 企业经营业务分析

6.2.3 企业经营业绩分析

6.2.4 企业的核心竞争力

6.2.5 企业的代表性案例

6.2.6 企业最新发展动向

6.3 全时咨询经营分析

6.3.1 企业发展概况分析

6.3.2 企业经营业务分析

6.3.3 企业经营业绩分析

6.3.4 企业的核心竞争力

6.3.5 企业的代表性案例

6.3.6 企业最新发展动向

6.4 思麦公关经营分析

6.4.1 企业发展概况分析

6.4.2 企业经营业务分析

6.4.3 企业经营业绩分析

6.4.4 企业的核心竞争力

6.4.5 企业的代表性案例

6.4.6 企业最新发展动向

6.5 奥美互动经营分析

6.5.1 企业发展概况分析

6.5.2 企业经营业务分析

6.5.3 企业经营业绩分析

6.5.4 企业的核心竞争力

6.5.5 企业的代表性案例

6.5.6 企业最新发展动向

6.6 灵思营销经营分析

6.6.1 企业发展概况分析

6.6.2 企业经营业务分析

6.6.3 企业经营业绩分析

6.6.4 企业的核心竞争力

6.6.5 企业的代表性案例

6.6.6 企业最新发展动向

6.7 易传媒经营分析

6.7.1 企业发展概况分析

6.7.2 企业经营业务分析

6.7.3 企业经营业绩分析

6.7.4 企业的核心竞争力

6.7.5 企业的代表性案例

6.7.6 企业最新发展动向

6.8 新意互动经营分析

6.8.1 企业发展概况分析

6.8.2 企业经营业务分析

6.8.3 企业经营业绩分析

6.8.4 企业的核心竞争力

6.8.5 企业的代表性案例

6.8.6 企业最新发展动向

6.9 安瑞所思经营分析

6.9.1 企业发展概况分析

6.9.2 企业经营业务分析

6.9.3 企业经营业绩分析

6.9.4 企业的核心竞争力

6.9.5 企业的代表性案例

6.9.6 企业最新发展动向

6.10 华扬联众经营分析

6.10.1 企业发展概况分析

6.10.2 企业经营业务分析

6.10.3 企业经营业绩分析

6.10.4 企业的核心竞争力

6.10.5 企业的代表性案例

6.10.6 企业最新发展动向

第七章 数字营销行业投资机会与趋势预测

7.1 数字营销行业发展趋势

7.1.1 行业发展前景预测

7.1.2 行业发展风口预测

7.1.3 行业创新趋势预测

7.1.4 行业营销趋势预测

7.2 数字营销行业投资机会

7.2.1 行业投资特性分析

7.2.2 行业投资机会分析

7.2.3 行业投资策略建议

图表目录

图表：2021-2026年我国网民规模变化(单位：亿人，%)

图表：2021-2026年我国互联网普及率变化(单位：%)

图表：2021-2026年我国手机网民人数变化(单位：亿人，%)

图表：2021-2026年我国网络购物用户规模及使用率(单位：亿人，%)

图表：2021-2026年我国网上支付用户规模及使用率(单位：亿人，%)

图表：2021-2026年我国网上银行用户规模及使用率(单位：亿人，%)

图表：2021-2026年中国数字营销市场规模(单位：亿元，%)

图表：2021-2026年中国移动数字营销市场规模(单位：亿元，%)

图表：2021-2026年中国广告主数字营销预算分配情况(传统广告VS互联网广告)(单位：%)

图表：2021-2026年中国广告主网络广告预算分配情况(PC端VS移动端)(单位：%)

图表：广告平台核心竞争力因素(单位：%)

图表：2021-2026年中国广告主PC端媒体广告数字营销预算分配情况(单位：%)

图表：2021-2026年中国广告主PC端媒体广告数字营销预算分配情况(单位：%)

图表：2021-2026年中国广告主移动端媒体广告数字营销预算分配情况(单位：%)

图表：2021-2026年中国广告主数字营销社交媒体选择——PC端(单位：%)

图表：2021-2026年中国广告主数字营销社交媒体选择——移动端(单位：%)

图表：2021-2026年中国广告主数字营销视频媒体选择——PC端(单位：%)

图表：2021-2026年中国广告主数字营销视频媒体选择——移动端(单位：%)

图表：2021-2026年中国广告主数字营销电商媒体选择——PC端(单位：%)

图表：2021-2026年中国广告主数字营销电商媒体选择——移动端(单位：%)

图表：2021-2026年中国广告主数字营销新闻门户选择——PC端(单位：%)

图表：2021-2026年中国广告主数字营销新闻门户选择——移动端(单位：%)

图表：2021-2026年中国广告主数字营销广告模式选择——PC端(单位：%)

图表：2021-2026年中国广告主数字营销广告形式选择——移动端(单位：%)

图表：中国广告主选择合作的广告投放渠道(单位：%)

图表：中国广告主对广告平台的知晓度与关注度

图表：中国广告主选择合作的广告平台结构

图表：中国广告主重点合作的广告平台结构

图表：中国广告主期待合作的广告平台结构

图表：蓝色光标营销发展概况

图表：蓝色光标营销经营业务

图表：蓝色光标营销经营业绩

图表：蓝色光标营销的核心竞争力

图表：蓝色光标营销的代表性案例

图表：蓝色光标营销最新发展动向

图表：用乐数字营销发展概况

图表：用乐数字营销经营业务

图表：用乐数字营销经营业绩

图表：用乐数字营销的核心竞争力

图表：用乐数字营销的代表性案例

图表：用乐数字营销最新发展动向

图表：全时咨询营销发展概况

图表：全时咨询营销经营业务

图表：全时咨询营销经营业绩

图表：全时咨询营销的核心竞争力

图表：全时咨询营销的代表性案例

图表：全时咨询营销最新发展动向

图表：思麦公关营销发展概况

图表：思麦公关营销经营业务

图表：思麦公关营销经营业绩

图表：思麦公关营销的核心竞争力

图表：思麦公关营销的代表性案例

图表：思麦公关营销最新发展动向

图表：奥美互动营销发展概况

图表：奥美互动营销经营业务

图表：奥美互动营销经营业绩

图表：奥美互动营销的核心竞争力

图表：奥美互动营销的代表性案例

图表：奥美互动营销最新发展动向

图表：灵思营销营销发展概况

图表：灵思营销营销经营业务

图表：灵思营销营销经营业绩

图表：灵思营销营销的核心竞争力

图表：灵思营销营销的代表性案例

图表：灵思营销营销最新发展动向

图表：易传媒营销发展概况

图表：易传媒营销经营业务

图表：易传媒营销经营业绩

图表：易传媒营销的核心竞争力

图表：易传媒营销的代表性案例

图表：易传媒营销最新发展动向

图表：新意互动营销发展概况

图表：新意互动营销经营业务

图表：新意互动营销经营业绩

图表：新意互动营销的核心竞争力

图表：新意互动营销的代表性案例

图表：新意互动营销最新发展动向

图表：安瑞所思营销发展概况

图表：安瑞所思营销经营业务

图表：安瑞所思营销经营业绩

图表：安瑞所思营销的核心竞争力

图表：安瑞所思营销的代表性案例

图表：安瑞所思营销最新发展动向

图表：华扬联众营销发展概况

图表：华扬联众营销经营业务

图表：华扬联众营销经营业绩

图表：华扬联众营销的核心竞争力

图表：华扬联众营销的代表性案例

图表：华扬联众营销最新发展动向

把握投资 决策经营！

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费) Email : kf@51baogao.cn

报告编号 : 86823

本文地址 : <https://www.51baogao.cn/bg/20170710/86823.shtml>

在线订购 : [点击这里](#)