

2026-2031年中国数字营销行业发展趋势预测及投资战略分析报告

报告简介

数字营销是使用数字传播渠道来推广产品和服务的实践活动，从而以一种及时，相关，定制化和节省成本的方式与消费者进行沟通。数字营销包含了很多互联网营销(网络营销)中的技术与实践。

数字营销的范围要更加广泛，还包括了很多其它不需要互联网的沟通渠道。因此，数字营销的领域就涵盖了一整套元素，如：手机，短信/彩信，显示/横幅广告以及数字户外广告等。

数字营销不仅仅是一种技术手段的革命，而且包含了更深层的观念革命。它是目标营销、直接营销、分散营销、客户导向营销、双向互动营销、远程或全球营销、虚拟营销、无纸化交易、客户参与式营销的综合。数字营销赋予了营销组合以新的内涵，其功能主要有信息交换、网上购买、网上出版、电子货币、网上广告、企业公关等，是数字经济时代企业的主要营销方式和发展趋势。

数字营销发肤于广告媒介，是近年来一种以数据驱动的新兴市场营销手段。凭借数字化信息和网络媒体的交互性，一批批数字营销企业如势不可挡的车轮，一往向前，以摧枯拉朽之势压倒传统营销市场。显然，在移动互联网的高速发展下，本是同根生的两者，所处的游戏规则已有了不同。

近年来，数字营销行业发展速度较快，数字经济带动数字营销行业快速发展。

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、51行业报告网、全国及海外多种相关报纸杂志的基础信息等公布和提供的大量资料和数据，客观、多角度地对中国数字营销市场进行了分析研究。报告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。报告资料详实，图表丰富，既有深入的分析，又有直观的比较，为数字营销企业在激烈的市场竞争中洞察先机，能准确及时的针对自身环境调整经营策略。

报告目录

第一部分 产业环境透视

第一章 中国数字营销行业发展必然性分析 1

第一节 数字营销行业发展背景分析 1

一、政策背景分析 1

二、社会背景分析 1

三、经济背景分析 4

四、技术背景分析 5

第二节 数字营销行业发展必然性分析 5

一、数字营销解决传统营销痛点 5

二、数字营销解决企业营销信息不对称 7

三、数字营销解决广告效率低下问题 7

第三节 数字营销行业新营销模式分析 8

第四节 数字营销行业突破点分析 10

一、借势 10

二、创新 13

三、体验 14

第二章 中国数字营销行业发展现状分析 17

第一节 数字营销市场整体发展状况 17

一、数字营销市场规模分析 17

二、数字营销市场发展特点 17

三、广告主数字营销发展现状 18

第二节 数字营销行业技术构建分析 19

一、数字营销软件技术分析 19

二、数字营销硬件技术分析 20

第三节 数字营销行业经典案例分析 21

一、戴尔数字营销 21

二、美克家居数字营销 25

三、赫基集团数字营销 27

第二部分 行业深度分析

第三章 中国数字营销行业营销策略分析 29

第一节 数字营销之广告营销分析 29

一、数字营销广告模式 29

二、数字营销广告形式 34

三、广告平台竞争因素 36

四、广告营销典型案例 37

五、广告营销市场竞争 38

第二节 数字营销之广告公关分析 39

一、公关营销发展现状 39

二、公关营销典型案例 40

三、公关营销市场竞争 40

第三节 数字营销之广告网络分析 41

一、网络营销发展现状 41

二、网络营销典型案例 42

三、网络营销市场竞争 42

第四节 数字营销之广告水军分析 42

一、水军营销发展现状 42

二、水军营销典型案例 43

三、水军营销市场竞争 44

第四章 中国数字营销行业广告主调研分析 45

第一节 数字营销行业营销媒体分析 45

一、广告主pc端媒体广告营销预算分配 45

二、广告主移动端媒体广告营销预算分配 46

三、广告主数字营销社交媒体选择 46

四、广告主数字营销视频媒体选择 46

五、广告主数字营销电商媒体选择 46

六、广告主数字营销新闻门户选择 47

第二节 广告主数字营销广告模式及形式选择 47

一、广告主数字营销广告模式选择 47

二、广告主数字营销广告形式选择 49

第三节 广告主数字营销广告平台选择 51

一、广告主广告投放渠道 51

二、广告主合作平台选择 51

第五章 中国数字营销行业应用领域分析 52

第一节 快消行业数字营销分析 52

一、快消行业消费群体分析 52

二、快消行业营销特点分析 53

三、快消行业营销痛点分析 53

四、数字营销需求分析 54

五、数字营销典型案例 54

六、数字营销策略分析 54

第二节 金融数字营销分析 57

一、金融行业消费群体分析 57

二、金融行业营销特点分析 59

三、金融行业营销痛点分析 60

四、数字营销需求分析 60

五、数字营销典型案例 60

六、数字营销策略分析 61

第三节 房地产数字营销分析 63

一、房地产行业消费群体分析 63

二、房地产行业营销特点分析 63

三、房地产行业营销痛点分析 64

四、数字营销需求分析 65

五、数字营销典型案例 66

第四节 旅游数字营销分析 67

一、旅游行业消费群体分析 67

二、旅游行业营销特点分析 68

三、旅游行业营销痛点分析 69

四、数字营销需求分析 69

五、数字营销典型案例 71

六、数字营销策略分析 72

第五节 影视数字营销分析 73

一、影视行业消费群体分析 73

二、影视行业营销特点分析 73

三、影视行业营销痛点分析 74

四、数字营销需求分析 74

五、数字营销典型案例 75

第六节 教育数字营销分析 78

一、教育行业消费群体分析 78

二、教育行业营销特点分析 78

三、教育行业营销痛点分析 79

四、数字营销策略分析 80

五、数字营销典型案例 81

第六章 社会化媒体营销行业标杆企业分析 83

第一节 蓝色光标经营分析 83

一、企业发展概况分析 83

二、企业经营业务分析 84

三、企业经营业绩分析 84

四、企业的核心竞争力 86

五、企业的代表性案例 86

六、企业最新发展动向 87

第二节 用乐数字经营分析 90

一、企业发展概况分析 90

二、企业经营业务分析 90

三、企业经营业绩分析 90

四、企业的核心竞争力 91

五、企业的代表性案例 91

六、企业最新发展动向 91

第三节 深圳采纳经营分析 91

一、企业发展概况分析 91

二、企业经营业务分析 92

三、企业经营业绩分析 92

四、企业的核心竞争力 93

五、企业的代表性案例 94

六、企业最新发展动向 94

第四节 联纵智达经营分析 94

一、企业发展概况分析 94

二、企业经营业务分析 95

三、企业经营业绩分析 96

四、企业的核心竞争力 96

五、企业的代表性案例 97

六、企业最新发展动向 97

第五节 奥美互动经营分析 98

一、企业发展概况分析 98

二、企业经营业务分析 98

三、企业经营业绩分析 98

四、企业的核心竞争力 98

五、企业的代表性案例 99

六、企业最新发展动向 99

第六节 灵思营销经营分析 99

一、企业发展概况分析 99

二、企业经营业务分析 100

三、企业经营业绩分析 100

四、企业的核心竞争力 100

五、企业的代表性案例 100

六、企业最新发展动向 101

第七节 易传媒经营分析 101

一、企业发展概况分析 101

二、企业经营业务分析 101

三、企业经营业绩分析 103

四、企业的核心竞争力 103

五、企业的代表性案例 105

六、企业最新发展动向 106

第八节 新意互动经营分析 107

一、企业发展概况分析 107

二、企业经营业务分析 107

三、企业经营业绩分析 109

四、企业的核心竞争力 109

五、企业的代表性案例 110

六、企业最新发展动向 110

第九节 北京志起未来经营分析 111

一、企业发展概况分析 111

二、企业经营业务分析 111

三、企业经营业绩分析 112

四、企业的核心竞争力 112

五、企业的代表性案例 112

六、企业最新发展动向 113

第十节 华扬联众经营分析 113

一、企业发展概况分析 113

二、企业经营业务分析 113

三、企业经营业绩分析 114

四、企业的核心竞争力 114

五、企业的代表性案例 114

六、企业最新发展动向 115

第三部分 发展前景展望

第七章 数字营销行业投资机会与趋势预测 116

第一节 数字营销行业发展趋势 116

一、行业发展前景预测 116

二、行业趋势预测 116

三、行业营销趋势预测 117

第二节 数字营销行业投资机会 119

一、行业投资机会分析 119

二、行业投资策略建议 120

图表目录

图表：2021-2026年我国网民数量及网络普及率(单位：亿，%) 2

图表：2021-2026年我国网络支付用户规模(单位：亿人) 3

图表：2021-2026年我国电子商务市场交易规模(单位：万亿元) 3

图表：2021-2026年中国数字营销市场规模 17

图表：2021-2026年pc端广告投放情况 45

图表：2021-2026年移动端广告投放情况 46

图表：奢侈品消费群体年轻化 52

图表：规模追逐型模型选择 55

图表：利润追逐型模型选择 56

图表：消费金融使用人群属性 58

图表：消费金融使用人群职业分布 58

图表：消费金融使用人群薪资分布 59

图表：选用金融人群定向的广告投放产品 61

图表：基于人群流量标记的分析 62

图表：流量承接引导关键元素 63

图表：2021-2026年国内旅游用户年龄分布 67

图表：2021-2026年国内旅游用户性别分布 68

图表：2021-2026年观影者性别和年龄分布 73

图表：2021-2026年成人教育行业用户职位分布 78

图表：2021-2026年蓝色光标营业总收入情况(单位：亿元) 85

图表：2026-2031年中国数字营销市场规模预测 116

图表：2021-2026年美国营销技术服务市场细分占比 120

图表：2021-2026年中国营销技术服务市场细分占比 121

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：114530

本文地址：<https://www.51baogao.cn/bg/20190404/114530.shtml>

在线订购：[点击这里](#)