

2019年中国社会化媒体营销行业分析报告- 市场现状与未来商机分析

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2019年中国社会化媒体营销行业分析报告-市场现状与未来商机分析》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/wanluomeiti/461577461577.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、报告目录及图表目录

【报告大纲】

第一部分 社会化媒体营销行业发展现状

第一章 社会化媒体营销行业发展背景

第一节 社会化媒体营销的定义

一、社会化媒体营销的定义

二、社会化媒体营销的内容

三、与传统网络营销的区别

四、社会化媒体营销的历史

第二节 研究报告背景介绍

一、研究背景介绍

二、研究方法介绍

三、报告使用说明

四、研究单位介绍

第二章 社会化媒体营销行业运营分析

第一节 行业发展规模分析

一、社交媒体活跃用户分析

二、移动用户规模分析

三、互联网普及率分析

四、社交媒体普及率分析

五、移动媒体普及率分析

六、中国使用频率最高的社交网站

第二节 社会化媒体营销运用分析

一、社会化媒体营销的使用

二、社会化媒体营销时间投入

第三节 社会化媒体平台分析

一、博客

二、微博客

三、维基

四、播客

五、社交网络

六、内容社区

第四节 企业社会化媒体营销痛点分析

- 一、企业社会化媒体营销痛点分析
- 二、企业社会化媒体营销操作要点
- 三、企业社会化媒体营销成功要素
- 四、企业社会化媒体机构选择策略
- 五、企业社会化媒体营销趋势预测

第五节 十大社会化营销案例

- 一、加多宝悲情案例分析
- 二、国产电影营销案例分析
- 三、可口可乐整合营销案例
- 四、疯狂猜图营销案例分析
- 五、朋友圈的营销案例分析
- 六、南航微信营销案例分析
- 七、明星社会化营销案例分析
- 八、京东双十一营销案例分析
- 九、爸爸去哪儿营销案例分析
- 十、恒大冰泉营销案例分析

第二部分 社会化媒体营销行业深度分析

第三章 社会化媒体营销行业模式分析

第一节 SoLoMo模式的投资机会

第二节 SoLoMo模式在电商领域的应用

- 一、SNS社区市场份额分析
- 二、SNS电商模式的发展机遇
- 三、投资SNS电商的不确定性
- 四、亚洲主要SNS社区融资分析

第三节 LBS电子商务分析

- 一、LBS电商发展前景分析
- 二、手机智能化带来的机遇
- 三、投资LBS电商的不确定性
- 四、O2O电子商务模式分析
- 五、社会化媒体营销的外包分析

第四章 国际社会化媒体营销行业分析

第一节 国外最常用社会化媒体分析

- 一、Facebook
- 二、Twitter
- 三、LinkedIn
- 四、部落格
- 五、YouTube
- 六、Google+
- 七、Pinterest
- 八、图片分享网站 (Instagram)
- 九、论坛
- 十、地理定位网站 (Foursquare)
- 十一、社会化书签网站 (StumbleUpon)

第二节 国际社会化媒体工具使用趋势分析

- 一、资历更长者更重视视觉营销
- 二、时间成本越高，转向视觉平台的趋势越强烈
- 三、B2C营销者比B2B营销者更重视视觉营销
- 四、营销者未来希望增加视觉营销比重
- 五、视频和原创视觉作品是营销潜力股

第五章 社会化媒体营销行业应用领域分析

第一节 快消行业社会化媒体营销分析

- 一、快消行业消费群体分析
- 二、快消行业营销特点分析
- 三、快消行业营销痛点分析
- 四、社会化媒体营销需求分析
- 五、社会化媒体营销典型案例
- 六、社会化媒体营销策略分析

第二节 金融社会化媒体营销分析

- 一、金融行业消费群体分析
- 二、金融行业营销特点分析
- 三、金融行业营销痛点分析
- 四、社会化媒体营销需求分析
- 五、社会化媒体营销典型案例
- 六、社会化媒体营销策略分析

第三节 房地产社会化媒体营销分析

- 一、房地产行业消费群体分析

二、房地产行业营销特点分析

三、房地产行业营销痛点分析

四、社会化媒体营销需求分析

五、社会化媒体营销典型案例

六、社会化媒体营销策略分析

第四节 旅游社会化媒体营销分析

一、旅游行业消费群体分析

二、旅游行业营销特点分析

三、旅游行业营销痛点分析

四、社会化媒体营销需求分析

五、社会化媒体营销典型案例

六、社会化媒体营销策略分析

第五节 影视社会化媒体营销分析

一、影视行业消费群体分析

二、影视行业营销特点分析

三、影视行业营销痛点分析

四、社会化媒体营销需求分析

五、社会化媒体营销典型案例

六、社会化媒体营销策略分析

第六节 酒店社会化媒体营销分析

一、酒店行业消费群体分析

二、酒店行业营销特点分析

三、酒店行业营销痛点分析

四、社会化媒体营销需求分析

五、社会化媒体营销典型案例

六、社会化媒体营销策略分析

第七节 IT社会化媒体营销分析

一、IT行业消费群体分析

二、IT行业营销特点分析

三、IT行业营销痛点分析

四、社会化媒体营销需求分析

五、社会化媒体营销典型案例

六、社会化媒体营销策略分析

第八节 汽车社会化媒体营销分析

一、汽车行业消费群体分析

- 二、汽车行业营销特点分析
- 三、汽车行业营销痛点分析
- 四、社会化媒体营销需求分析
- 五、社会化媒体营销典型案例
- 六、社会化媒体营销策略分析
- 第九节 教育社会化媒体营销分析
 - 一、教育行业消费群体分析
 - 二、教育行业营销特点分析
 - 三、教育行业营销痛点分析
 - 四、社会化媒体营销需求分析
 - 五、社会化媒体营销典型案例
 - 六、社会化媒体营销策略分析
- 第十节 外贸社会化媒体营销分析
 - 一、外贸行业消费群体分析
 - 二、外贸行业营销特点分析
 - 三、外贸行业营销痛点分析
 - 四、社会化媒体营销需求分析
 - 五、社会化媒体营销典型案例
 - 六、社会化媒体营销策略分析

第三部分 社会化媒体营销行业竞争分析

第六章 社会化媒体营销行业主要城市竞争分析

第一节 北京市

- 一、行业发展环境分析
- 二、行业经营规模分析
- 三、行业运营现状分析
- 四、行业竞争格局分析
- 五、行业市场空间分析
- 六、行业发展趋势预测

第二节 上海市

- 一、行业发展环境分析
- 二、行业经营规模分析
- 三、行业运营现状分析
- 四、行业竞争格局分析
- 五、行业市场空间分析

六、行业发展趋势预测

第三节 广州市

- 一、行业发展环境分析
- 二、行业经营规模分析
- 三、行业运营现状分析
- 四、行业竞争格局分析
- 五、行业市场空间分析
- 六、行业发展趋势预测

第四节 深圳市

- 一、行业发展环境分析
- 二、行业经营规模分析
- 三、行业运营现状分析
- 四、行业竞争格局分析
- 五、行业市场空间分析
- 六、行业发展趋势预测

第五节 天津市

- 一、行业发展环境分析
- 二、行业经营规模分析
- 三、行业运营现状分析
- 四、行业竞争格局分析
- 五、行业市场空间分析
- 六、行业发展趋势预测

第六节 杭州市

- 一、行业发展环境分析
- 二、行业经营规模分析
- 三、行业运营现状分析
- 四、行业竞争格局分析
- 五、行业市场空间分析
- 六、行业发展趋势预测

第七节 苏州市

- 一、行业发展环境分析
- 二、行业经营规模分析
- 三、行业运营现状分析
- 四、行业竞争格局分析
- 五、行业市场空间分析

六、行业发展趋势预测

第八节 金华市

- 一、行业发展环境分析
- 二、行业经营规模分析
- 三、行业运营现状分析
- 四、行业竞争格局分析
- 五、行业市场空间分析
- 六、行业发展趋势预测

第九节 东莞市

- 一、行业发展环境分析
- 二、行业经营规模分析
- 三、行业运营现状分析
- 四、行业竞争格局分析
- 五、行业市场空间分析
- 六、行业发展趋势预测

第十节 南京市

- 一、行业发展环境分析
- 二、行业经营规模分析
- 三、行业运营现状分析
- 四、行业竞争格局分析
- 五、行业市场空间分析
- 六、行业发展趋势预测

第十一节 成都市

- 一、行业发展环境分析
- 二、行业经营规模分析
- 三、行业运营现状分析
- 四、行业竞争格局分析
- 六、行业发展趋势预测

第十二节 武汉市

- 一、行业发展环境分析
- 二、行业经营规模分析
- 三、行业运营现状分析
- 四、行业竞争格局分析
- 五、行业市场空间分析

第十三节 宁波市

一、行业发展环境分析

二、行业经营规模分析

三、行业运营现状分析

四、行业竞争格局分析

五、行业市场空间分析

六、行业发展趋势预测

第十四节 泉州市

一、行业发展环境分析

二、行业经营规模分析

三、行业运营现状分析

四、行业竞争格局分析

五、行业市场空间分析

六、行业发展趋势预测

第十五节 温州市

一、行业发展环境分析

二、行业经营规模分析

三、行业运营现状分析

四、行业竞争格局分析

五、行业市场空间分析

六、行业发展趋势预测

第十六节 重庆市

一、行业发展环境分析

二、行业经营规模分析

三、行业运营现状分析

四、行业竞争格局分析

五、行业市场空间分析

六、行业发展趋势预测

第十七节 无锡市

一、行业发展环境分析

二、行业经营规模分析

三、行业运营现状分析

四、行业竞争格局分析

五、行业市场空间分析

六、行业发展趋势预测

第十八节 厦门市

一、行业发展环境分析

二、行业经营规模分析

三、行业运营现状分析

四、行业竞争格局分析

五、行业市场空间分析

六、行业发展趋势预测

第十九节 福州市

一、行业发展环境分析

二、行业经营规模分析

三、行业运营现状分析

四、行业竞争格局分析

五、行业市场空间分析

六、行业发展趋势预测

第二十节 兰州市

一、行业发展环境分析

二、行业经营规模分析

三、行业运营现状分析

四、行业竞争格局分析

五、行业市场空间分析

六、行业发展趋势预测

第二十一节 青岛市

一、行业发展环境分析

二、行业经营规模分析

三、行业运营现状分析

四、行业竞争格局分析

五、行业市场空间分析

六、行业发展趋势预测

第二十二节 长沙市

一、行业发展环境分析

二、行业经营规模分析

三、行业运营现状分析

四、行业竞争格局分析

五、行业市场空间分析

六、行业发展趋势预测

第二十三节 太原市

- 一、行业发展环境分析
- 二、行业经营规模分析
- 三、行业运营现状分析
- 四、行业竞争格局分析
- 五、行业市场空间分析
- 六、行业发展趋势预测

第七章 社会化媒体营销行业标杆企业分析

第一节 蓝色光标经营分析

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业产品服务分析
- 三、企业经营状况分析
 - 1、企业偿债能力分析
 - 2、企业运营能力分析
 - 3、企业盈利能力分析
- 四、企业竞争优势分析

第二节 中海互动经营分析

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业产品服务分析
- 三、企业经营状况分析
 - 1、企业偿债能力分析
 - 2、企业运营能力分析
 - 3、企业盈利能力分析
- 四、企业竞争优势分析

第三节 赞意互动经营分析

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业产品服务分析
- 三、企业经营状况分析
 - 1、企业偿债能力分析
 - 2、企业运营能力分析
 - 3、企业盈利能力分析
- 四、企业竞争优势分析

第四节 安索帕数字经营分析

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第五节 博圣云峰经营分析

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第六节 用乐数字营销经营分析

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第七节 奥美互动经营分析

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第八节 时趣互动经营分析

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第九节 乐必扬经营分析

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第十节 环时互动经营分析

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

图表目录

图表：2016-2019年我国社交媒体用户年龄占比

图表：2019年1-12月-2019年1-12月移动宽带用户当月净增数

图表：2019年1-12月-2019年1-12月手机上网用户

图表：新网民互联网接入设备使用情况

图表：我国各个省份网民规模分布

图表：我国城镇网民与农村网民占比

图表：2016-2019年我国博客用户规模

图表：2016-2019年我国微博客人均单日访问次数

图表：2016-2019年我国社交网络用户规模

图表：加多宝对不起系列图片

图表：中国SNS市场份额占比

图表：社交媒体营销相关工作经验低于1年平台选择

图表：社交媒体营销相关工作经验1-2年平台选择

图表：资历超过5年的营销者选择平台

图表：投入时间和转向平台的关系

图表：B2B和B2C对视觉网络投入时间对比

图表：互联网金融关系图

图表：互联网金融关系图

图表：p2p平台运行分析

图表：陆金所新浪微博营销分析图

图表：汽车数字营销体系变革：从品牌到品效

图表详见报告正文.....（GY YX）

【简介】

中国报告网是观研天下集团旗下打造的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2019年中国社会化媒体营销行业分析报告-市场现状与未来商机分析》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国家统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/wangluomeiti/461577461577.html>