

2019年中国社会化媒体营销行业分析报告- 行业供需现状与投资前景预测

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-行业供需现状与投资前景预测》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/385507385507.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

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

2019年我国社会化媒体营销行业宏观环境情况

中国GDP增长情况：初步核算，中国2018年前三季度国内生产总值650899亿元，按可比价格计算，同比增长6.7%。分季度看，一季度同比增长6.8%，二季度增长6.7%，三季度增长6.5%。分产业看，第一产业增加值42173亿元，同比增长3.4%；第二产业增加值262953亿元，增长5.8%；第三产业增加值345773亿元，增长7.7%。数据来源：国家统计局

工业经济发展形势：2018年9月份，规模以上工业增加值同比实际增长5.8%（以下增加值增速均为扣除价格因素的实际增长率），比8月份回落0.3个百分点。从环比看，9月份，规模以上工业增加值比上月增长0.50%。1-9月份，规模以上工业增加值同比增长6.4%，增速较1-8份回落0.1个百分点。规模以上工业增加值同比增速（%）数据来源：国家统计局

随着我国经济的不断发展、人们生活水平的不断提高，人们的消费观念和消费水平也有了很大的转变与提升。在这个契机下，社会化媒体营销行业也得到了快速发展，2017年我国社会化媒体营销行业的市场规模达到**亿元，2018年市场规模为**亿元，同比增长了**%，从这两年的市场规模发展来看，社会化媒体营销行业正处于发展之中，预计2019年将保持**的增速，达到**亿元。

2013-2018年社会化媒体营销行业市场规模情况

资料来源：观研天下数据中心整理（具体数据详见报告正文）

从社会化媒体营销行业企业区域分布情况来看，社会化媒体营销行业内企业区域格局明显，其中华东地区占比**%，华南地区占比**%，华中地区占比**%，华北地区占比**%，西部地区占比**%，东北地区占比**%。

2018年我国社会化媒体营销行业企业区域格局 资料来源：观研天下数据中心整理（具体数据详见报告正文）

观研天下发布的《2019年中国社会化媒体营销行业分析报告-行业供需现状与投资前景预测》内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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。

【报告大纲】

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

1、从经验因素来看

2、从业务类型来看

3、从年龄划分来看

第三节 社会化媒体平台分析

一、博客

1、平台运作特点分析

2、平台用户规模分析

3、平台技术指标分析

4、平台传播优劣势分析

5、业内代表性平台分析

6、平台营销策略分析

二、微博客

1、平台运作特点分析

2、平台用户规模分析

3、平台技术指标分析

4、平台传播优劣势分析

5、业内代表性平台分析

6、平台营销策略分析

三、维基

1、平台运作特点分析

2、平台用户规模分析

3、平台技术指标分析

4、平台传播优劣势分析

5、业内代表性平台分析

6、平台营销策略分析

四、播客

1、平台运作特点分析

2、平台用户规模分析

3、平台技术指标分析

4、平台传播优劣势分析

5、业内代表性平台分析

6、平台营销策略分析

五、社交网络

- 1、平台运作特点分析
- 2、平台用户规模分析
- 3、平台技术指标分析
- 4、平台传播优劣势分析
- 5、业内代表性平台分析
- 6、平台营销策略分析

六、内容社区

- 1、平台运作特点分析
- 2、平台用户规模分析
- 3、平台技术指标分析
- 4、平台传播优劣势分析
- 5、业内代表性平台分析
- 6、平台营销策略分析

七、微博

- 1、平台运作特点分析
- 2、平台用户规模分析
- 3、平台技术指标分析
- 4、平台传播优劣势分析
- 5、业内代表性平台分析
- 6、平台营销策略分析

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 年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

第四节 O2O电子商务模式分析

- 一、O2O的经济价值分析
- 二、O2O模式的团购模式分析

第五节 社会化媒体营销的外包分析

- 一、社会化媒体营销外包优势分析
- 二、社会化媒体营销外包劣势分析
- 三、社会化媒体营销外包策略分析

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 C社会化媒体营销分析

一、C行业消费群体分析

二、C行业营销特点分析

三、C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 政府社会化媒体营销分析

一、政府行业消费群体分析

二、政府行业营销特点分析

三、政府行业营销痛点分析

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

5.第一节 外贸行业消费群体分析

5.第二节 外贸行业营销特点分析

5.第三节 外贸行业营销痛点分析

5.第四节 社会化媒体营销需求分析

5.第五节 社会化媒体营销典型案例

5.第六节 社会化媒体营销策略分析

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

1、企业发展简况分析

2、企业产品服务分析

3、企业经营状况分析

4、企业竞争优势分析

第二节 中海互动经营分析

1、企业发展简况分析

2、企业产品服务分析

3、企业经营状况分析

4、企业竞争优势分析

第三节 赞意互动经营分析

1、企业发展简况分析

2、企业产品服务分析

3、企业经营状况分析

4、企业竞争优势分析

第四节 NTA创新传播经营分析

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业产品服务分析
- 3、企业经营状况分析
- 4、企业竞争优势分析

第五节 博圣云峰经营分析

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业产品服务分析
- 3、企业经营状况分析
- 4、企业竞争优势分析

第六节 博拉经营分析

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业产品服务分析
- 3、企业经营状况分析
- 4、企业竞争优势分析

第八章 社会化媒体营销行业投资机会与趋势预测

第一节 社会化媒体营销行业投资机会

- 一、行业投资门槛分析
- 二、行业投资风险分析
- 三、行业投资特点分析
- 四、行业投资机会分析

第二节 社会化媒体营销行业发展趋势

- 一、行业发展前景预测
- 二、行业发展风口预测
- 三、行业创新趋势预测
- 四、行业营销趋势预测

图表目录：

图表：社会化媒体时间表

图表：社会化媒体分布图

图表：社会化分享时段分析

图表：社会化媒体分类

图表：2016-2018年社会化媒体用户规模

图表：社会化媒体排行榜

- 图表：社交网站用户规模和网民覆盖
- 图表：社交网站活跃用户规模及占比
- 图表：社会化媒体营销的使用率
- 图表：社会化媒体营销的经验程度
- 图表：社会化媒体营销的时间投入
- 图表：不同经营类型的社会化媒体营销投入时间
- 图表：博客的使用支持率
- 图表：Facebook的使用支持率
- 图表：YouTube/Video的使用支持率
- 图表：Twitter的使用支持率
- 图表：LinkedIn的使用支持率
- 图表：SocialBookmarking的使用支持率
- 图表：MySpace的使用支持率
- 图表：国外社会化媒体表现形式
- 图表：国内社会化媒体表现形式

图表详见正文 (GYZQPT)

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/wangluomeiti/385507385507.html>