

# 2021年中国数字营销行业分析报告- 行业发展现状与发展趋势分析

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2021年中国数字营销行业分析报告-行业发展现状与发展趋势分析》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/hulianwang/546342546342.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

数字营销是一种使用数字传播渠道来推广产品和服务的实践活动，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。在我国数字营销行业中，主要人才方面包括数字战略管理、深度分析、产品研发、先进制造、数字化运营以及数字营销。

### 数字营销人才分类

数据来源：观研天下整理

目前我国数字营销行业的发展历程大致经历了五个阶段，分别是：核心为触达的传统营销，主要通过广播、电视以及门户广告进行传播；核心为交互的互联网+营销，主要通过搜索与社交媒体广告进行传播；核心为精准的大数据+营销，主要通过AdExchange、信息流广告、DSP/DMP进行传播；以效率为核心的AI+营销以及以生态为核心的全域营销。

### 数字营销的发展历程

数据来源：观研天下整理

与传统营销想不，数字营销可以通过社交平台、电商平台等线上平台，具有针对性的与细分市场的目标客户进行沟通，在受众接触时做到互动传播，实施效果是可衡量的，且效果相对较好，效率高。

### 数字营销与传统营销对比

#### 项目

数字营销

传统营销

沟通对象

细分市场的目标客户

所有客户

沟通工具

社交平台、电商平台等

电视、报纸、户外等

受众接触度

互动传播

单向传播

实施效果

可衡量、效果好

不可衡量、效果一般数据来源：观研天下整理

近年来，我国广告主/数字营销预算整体呈上升趋势，平均增长在2017年到2019年持续上升，从17%增长至20%；2020年中国广告主数字营销预算平均增长14%，增长幅度出现

小幅度下降。

2017-2020年中国广告主/数字营销预算平均增长

数据来源：观研天下整理

随着互联网的普及与整体网民用户规模的增长，近年来我国数字营销行业市场规模也稳步攀升，从2017年的450.5亿元增长至2019年的652.5亿元，复合年增长率达到20.35%；2020年中国数字营销市场规模增长至818.2亿元，同比增长25.39%；预计到2021年中国数字营销市场规模将突破千亿元，达到1008亿元。

2017-2021年中国数字营销市场规模及预测

数据来源：观研天下整理

在应用领域方面，自消费品领域是我国数字营销主要需求领域，占比为33.8%；其次是互联网领域，需求占比为30.5%；然后是地产领域，占比为13.1%；汽车、金融、医药领域需求占比分别为5.5%、4.8%；3.1%。

中国数字营销应用领域

数据来源：观研天下整理

近年来我国数字营销行业快速发展，大量资本纷纷涌入，目前较为典型的数字营销企业有蓝色光标、安索帕中国集团、北京百孚思广告有限公司、CCG集团、杭州泰一传媒有限公司等。其中蓝色光标是我国数字营销行业的龙头企业，规模在2000人以上，市值达到140亿元左右。

国内数字营销行业部分典型企业

企业

规模(人)

主要客户

主要案例

蓝色光标数字营销机构

2000+

一汽、百度、联想、广汽、京东、腾讯、美赞臣、佳能、伊利

唤醒城市的记忆--百度AR复原老北京九大城门、百度-

最强大脑人机大战、京东·三星“文艺复星”计划，复原西斯廷教堂穹顶

安索帕中国集团

1000

可口可乐、KFC、康师傅、星巴克

可口可乐昵称瓶、歌词瓶、台词瓶新百伦“致匠心”康师傅“一碗面的功夫”

CCG集团

600

大众POLO、新桑塔纳途观、途安、凌渡辉昂、途昂、朗逸、上汽斯柯达

POLO“Polo yourr life”“信仰年轻”“新青年，有得玩”、新桑塔纳《生活的模样》MV整合传播  
北京百孚思广告有限公司

200-300

长安马自达、DS长安标致雪铁龙、奇瑞汽车、北京奔驰、奇瑞路虎

长安马自达，DS长安标致雪铁龙，奇瑞汽车，北京奔驰，奇瑞路虎等相关案例

杭州泰一传媒有限公司

500

王老吉、长安铃木

王老吉联手AdTime发力智能电视营销案例、AdTime&长安铃木维特拉跨媒体营销品牌推广  
案例

25HOURS\*上海众人行艺术设计有限公司

120+

PHILIPS、联合利华、红星美凯龙、赛诺菲等

红星美凯龙“2天来了”-0KG0、善存关键营养，简单点亮健康

180数字技术有限公司

300+

京东、麦当劳、微信

京东双十一、麦当劳《我的嘻哈食光》、微信《听爸妈说》

1FusionDigital亦复数字

300+

英培商务咨询、招商银行、惠氏营养品、农夫山泉、苏宁、红星美凯龙等

惠氏“神经鞘磷脂”百度原生广告、招商银行信用卡媒介组合投放、东风日产金字塔营销数据  
来源：观研天下整理（LJ）

观研报告网发布的《2021年中国数字营销行业分析报告-行业发展现状与发展趋势分析》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。

行业报告是业内企业、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。

## 【目录大纲】

### 第一章 2017-2021年中国数字营销行业发展概述

#### 第一节 数字营销行业发展情况概述

- 一、数字营销行业相关定义
- 二、数字营销行业基本情况介绍
- 三、数字营销行业发展特点分析
- 四、数字营销行业经营模式
  - 1、生产模式
  - 2、采购模式
  - 3、销售模式
- 五、数字营销行业需求主体分析

#### 第二节 中国数字营销行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、数字营销行业产业链条分析
- 三、产业链运行机制
  - (1) 沟通协调机制
  - (2) 风险分配机制
  - (3) 竞争协调机制
- 四、中国数字营销行业产业链环节分析
  - 1、上游产业
  - 2、下游产业

#### 第三节 中国数字营销行业生命周期分析

- 一、数字营销行业生命周期理论概述
- 二、数字营销行业所属的生命周期分析

#### 第四节 数字营销行业经济指标分析

- 一、数字营销行业的赢利性分析
- 二、数字营销行业的经济周期分析
- 三、数字营销行业附加值的提升空间分析

#### 第五节 中国数字营销行业进入壁垒分析

- 一、数字营销行业资金壁垒分析
- 二、数字营销行业技术壁垒分析
- 三、数字营销行业人才壁垒分析
- 四、数字营销行业品牌壁垒分析
- 五、数字营销行业其他壁垒分析

### 第二章 2017-2021年全球数字营销行业市场发展现状分析

#### 第一节 全球数字营销行业发展历程回顾

#### 第二节 全球数字营销行业市场区域分布情况

#### 第三节 亚洲数字营销行业地区市场分析

- 一、亚洲数字营销行业市场现状分析
- 二、亚洲数字营销行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲数字营销行业市场前景分析

#### 第四节 北美数字营销行业地区市场分析

- 一、北美数字营销行业市场现状分析
- 二、北美数字营销行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美数字营销行业市场前景分析

#### 第五节 欧洲数字营销行业地区市场分析

- 一、欧洲数字营销行业市场现状分析
- 二、欧洲数字营销行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧洲数字营销行业市场前景分析

#### 第六节 2021-2026年世界数字营销行业分布走势预测

#### 第七节 2021-2026年全球数字营销行业市场规模预测

### 第三章 中国数字营销产业发展环境分析

#### 第一节 我国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析
- 二、工业经济发展形势分析
- 三、社会固定资产投资分析
- 四、全社会消费品数字营销总额

五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国数字营销行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国数字营销产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

第四章 中国数字营销行业运行情况

第一节 中国数字营销行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

1、行业技术发展现状

2、行业技术专利情况

3、技术发展趋势分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国数字营销行业市场规模分析

第三节 中国数字营销行业供应情况分析

第四节 中国数字营销行业需求情况分析

第五节 我国数字营销行业进出口形势分析

1、进口形势分析

2、出口形势分析

3、进出口价格对比分析

第六节、我国数字营销行业细分市场分析

1、细分市场一

2、细分市场二

3、其它细分市场

第七节 中国数字营销行业供需平衡分析

第八节 中国数字营销行业发展趋势分析



## 第五章 中国数字营销所属行业运行数据监测

### 第一节 中国数字营销所属行业总体规模分析

#### 一、企业数量结构分析

#### 二、行业资产规模分析

### 第二节 中国数字营销所属行业产销与费用分析

#### 一、流动资产

#### 二、销售收入分析

#### 三、负债分析

#### 四、利润规模分析

#### 五、产值分析

### 第三节 中国数字营销所属行业财务指标分析

#### 一、行业盈利能力分析

#### 二、行业偿债能力分析

#### 三、行业营运能力分析

#### 四、行业发展能力分析

## 第六章 2017-2021年中国数字营销市场格局分析

### 第一节 中国数字营销行业竞争现状分析

#### 一、中国数字营销行业竞争情况分析

#### 二、中国数字营销行业主要品牌分析

### 第二节 中国数字营销行业集中度分析

#### 一、中国数字营销行业市场集中度影响因素分析

#### 二、中国数字营销行业市场集中度分析

### 第三节 中国数字营销行业存在的问题

### 第四节 中国数字营销行业解决问题的策略分析

### 第五节 中国数字营销行业钻石模型分析

#### 一、生产要素

#### 二、需求条件

#### 三、支援与相关产业

#### 四、企业战略、结构与竞争状态

#### 五、政府的作用

## 第七章 2017-2021年中国数字营销行业需求特点与动态分析

### 第一节 中国数字营销行业消费市场动态情况

### 第二节 中国数字营销行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 数字营销行业成本结构分析

第四节 数字营销行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国数字营销行业价格现状分析

第六节 中国数字营销行业平均价格走势预测

一、中国数字营销行业价格影响因素

二、中国数字营销行业平均价格走势预测

三、中国数字营销行业平均价格增速预测

第八章 2017-2021年中国数字营销行业区域市场现状分析

第一节 中国数字营销行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区数字营销市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区数字营销市场规模分析

四、华东地区数字营销市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区数字营销市场规模分析

四、华中地区数字营销市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区数字营销市场规模分析

四、华南地区数字营销市场规模预测

第九章 2017-2021年中国数字营销行业竞争情况

## 第一节 中国数字营销行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析
- 四、供应商议价能力
- 五、客户议价能力

## 第二节 中国数字营销行业SCP分析

- 一、理论介绍
- 二、SCP范式
- 三、SCP分析框架

## 第三节 中国数字营销行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

## 第十章 数字营销行业企业分析（随数据更新有调整）

### 第一节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
  - 1、主要经济指标情况
  - 2、企业盈利能力分析
  - 3、企业偿债能力分析
  - 4、企业运营能力分析
  - 5、企业成长能力分析
- 四、公司优劣势分析

### 第二节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

### 第三节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品

### 三、运营情况

### 四、公司优劣势分析

#### 第四节 企业

##### 一、企业概况

##### 二、主营产品

##### 三、运营情况

##### 四、公司优劣势分析

#### 第五节 企业

##### 一、企业概况

##### 二、主营产品

##### 三、运营情况

##### 四、公司优劣势分析

## 第十一章 2021-2026年中国数字营销行业发展前景分析与预测

### 第一节 中国数字营销行业未来发展前景分析

#### 一、数字营销行业国内投资环境分析

#### 二、中国数字营销行业市场机会分析

#### 三、中国数字营销行业投资增速预测

### 第二节 中国数字营销行业未来发展趋势预测

### 第三节 中国数字营销行业市场发展预测

#### 一、中国数字营销行业市场规模预测

#### 二、中国数字营销行业市场规模增速预测

#### 三、中国数字营销行业产值规模预测

#### 四、中国数字营销行业产值增速预测

#### 五、中国数字营销行业供需情况预测

### 第四节 中国数字营销行业盈利走势预测

#### 一、中国数字营销行业毛利润同比增速预测

#### 二、中国数字营销行业利润总额同比增速预测

## 第十二章 2021-2026年中国数字营销行业投资风险与营销分析

### 第一节 数字营销行业投资风险分析

#### 一、数字营销行业政策风险分析

#### 二、数字营销行业技术风险分析

#### 三、数字营销行业竞争风险分析

#### 四、数字营销行业其他风险分析

## 第二节 数字营销行业应对策略

- 一、把握国家投资的契机
- 二、竞争性战略联盟的实施
- 三、企业自身应对策略

## 第十三章 2021-2026年中国数字营销行业发展战略及规划建议

### 第一节 中国数字营销行业品牌战略分析

- 一、数字营销企业品牌的重要性
- 二、数字营销企业实施品牌战略的意义
- 三、数字营销企业品牌的现状分析
- 四、数字营销企业的品牌战略
- 五、数字营销品牌战略管理的策略

### 第二节 中国数字营销行业市场重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

### 第三节 中国数字营销行业战略综合规划分析

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

## 第十四章 2021-2026年中国数字营销行业发展策略及投资建议

### 第一节 中国数字营销行业产品策略分析

- 一、服务产品开发策略
- 二、市场细分策略
- 三、目标市场的选择

### 第二节 中国数字营销行业营销渠道策略

- 一、数字营销行业渠道选择策略
- 二、数字营销行业营销策略

第三节 中国数字营销行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国数字营销行业重点投资区域分析

二、中国数字营销行业重点投资产品分析

图表详见报告正文 . . . . .

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/546342546342.html>