

2020年中国数字营销行业分析报告- 产业竞争格局与发展前景研究

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《2020年中国数字营销行业分析报告-产业竞争格局与发展前景研究》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/wangluomeiti/401476401476.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

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。借助于互联网络、电脑通信技术和数字交互式媒体来实现营销目标的一种营销方式。数字营销将尽可能地利用先进的计算机网络技术，以最有效、最省钱地谋求新的市场的开拓和新的消费者的挖掘。

随着世界范围内信息技术的高速发展和互联网的广泛覆盖，全球数据呈现爆发增长、海量聚集的特点。据统计，全球数据产生量早在2011年就已达到1.8ZB（1.8万亿GB），且数据总量正在以年均50%的速度增长，预计到2020年，全球数据总量将达到40ZB，而彼时我国数据量将达到8.6ZB，占全球数据量的21%，大数据产业公司的重要地位日益凸显。2017年中国大数据产业规模达到4700亿元，同比增长30.56%；预计2020年产业规模将达10100亿元，对应2017-2020年的平均复合增长率约为29%。

全球数据总量（单位：ZB）

数据来源：经信委

中国大数据产业规模（单位：亿元）

数据来源：经信委

中国互联网广告和移动广告市场规模

数据来源：经信委

中国互联网广告和移动广告市场规模占比情况

数据来源：经信委

中国数字营销市场规模（单位：亿元）

数据来源：经信委

近年，我国数字营销费用占全媒体广告费用比重也在不断提升，预计2019年将达到40%。据预测，数字营销市场规模持续扩大，2020年将达5208亿元，其中移动营销投放占数字营销主要投放份额。（JP YZ）

【报告大纲】

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
- (6) 搜索广告分析
- (7) 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 数字营销之广告分析

3.2.1 营销发展现状

3.2.2 营销典型案例

3.2.3 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企业分析（随数据更新有调整）

6.1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、企业发展现状分析

4、企业竞争优势分析

6.2用乐数字经营分析

1、企业发展简况分析

2、企业产品服务分析

3、企业发展现状分析

4、企业竞争优势分析

6.3全时咨询经营分析

1、企业发展简况分析

2、企业产品服务分析

3、企业发展现状分析

4、企业竞争优势分析

6.4思麦经营分析

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业产品服务分析
- 3、企业发展现状分析
- 4、企业竞争优势分析

6.5奥美互动经营分析

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业产品服务分析
- 3、企业发展现状分析
- 4、企业竞争优势分析

6.6灵思营销经营分析

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业产品服务分析
- 3、企业发展现状分析
- 4、企业竞争优势分析

6.7易传媒经营分析

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业产品服务分析
- 3、企业发展现状分析
- 4、企业竞争优势分析

6.8新意互动经营分析

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业产品服务分析
- 3、企业发展现状分析
- 4、企业竞争优势分析

6.9安瑞所思经营分析

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业产品服务分析
- 3、企业发展现状分析
- 4、企业竞争优势分析

6.10华扬联众经营分析

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业产品服务分析
- 3、企业发展现状分析
- 4、企业竞争优势分析

第七章2021-2026年中国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行业趋势预测分析

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行业投资前景研究建议

图表目录

图表1：2017-2020年我国网民规模变化（单位：亿人，%）

图表2：2017-2020年我国互联网普及率变化（单位：%）

图表3：2017-2020年我国手机网民人数变化（单位：亿人，%）

图表4：2017-2020年我国网络购物用户规模及使用率（单位：亿人，%）

图表5：2017-2020年我国网上支付用户规模及使用率（单位：亿人，%）

图表6：2017-2020年我国网上银行用户规模及使用率（单位：亿人，%）

图表7：2017-2020年中国数字营销市场规模（单位：亿元，%）

图表8：2017-2020年中国移动数字营销市场规模（单位：亿元，%）

图表详见报告正文.....（css）

【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。《2020年中国数字营销行业分析报告-产业竞争格局与发展前景研究》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/401476401476.html>