

2020年中国数字营销市场分析报告- 市场竞争现状与发展前景评估

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年中国数字营销市场分析报告-市场竞争现状与发展前景评估》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/523576523576.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。与传统营销相比，数字营销具有明确的细分市场的目标客户，通过社交平台、电商平台等进行互动传播，最后实施的效果更好并能直接衡量。

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：公开资料整理

自2013年以来，我国数字营销市场规模持续上升，到2018年中国数字营销市场规模达到3871亿元，同比增长23.01%；预计2019年中国数字营销市场规模将达到4568亿元，到2020年市场规模将达到5208亿元。

2013-2020年中国数字营销市场规模及预测

数据来源：公开资料整理

从2017年到2019年我国广告主/数字营销预算平均增长幅度持续上升，增长率从17%上升到20%；到2020年，由于疫情的影响，中国数字营销预算平均增长幅度有所下降，实际营销增长率仅为8%；预计到2021年，中国数字营销预算平均增长率将达到17%。

2017-2021年中国广告主/数字营销预算平均增长及预测

数据来源：公开资料整理

据统计，在2019年中国广告主的营销投入中，移动端营销投入占比最多，有81%的广告主计划增加，14%的广告主计划持平，5%的广告主计划减少或则不投入；而PC端营销投入减少最多，只有11%的广告主计划增加投入，计划持平和减少的广告主均为40%，9%的

广告主计划不投入。

2019年中国广告主各平台营销投入占比

数据来源：公开资料整理

目前我国数字营销行业相关营销技术中，自动化营销/营销云最受关注，在整体数字营销技术所占比例达到60%；其次是人工智能和DMP数据管理平台，所占比例分别为55%和46%；然后是数字化转型和虚拟现实/增强现实技术，所占比例分别为30%、29%。

2019年中国数字营销行业相关营销技术所占比例

数据来源：公开资料整理

在营销形式方面，目前我国最值得关注的数字营销形式为社会化营销，所占比例达到70%；自有流量池紧随其后，所占比例为62%；然后是视频营销和社交电商，所占比例分别为47%、46%；电商营销、信息流、搜索营销所占比例均在30%以上。

中国广告主/数字营销形式所占比例

数据来源：公开资料整理

在从业者方面，我国数字营销行业中微电影数字营销从业者占比最大，达到47%左右；其次是网综和电视综艺项目，数字营销从业者分别占比43%、41%；体育赛事、电视剧、游戏/电竞、网剧的数字营销从业者占比均在20%以上。

中国数字营销各项目从业者占比

数据来源：公开资料整理

目前，国内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等，其中蓝色光标作为我国数字营销行业龙头企业，市值约为140亿元左右，企业规模在2000人以上；安索帕中国集团企业规模在1000人左右。

国内数字营销行业部分典型企业

典型企业

企业规模(人)

主要客户

主要案例

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

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》

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”-OKGO、善存关键营养，简单点亮健康

杭州泰--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

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

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 your 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
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”数据来源：公开资料整理（LJ）

中国报告网是观研天下集团旗下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年中国数字营销市场分析报告-市场竞争现状与发展前景评估》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。

【报告大纲】

第一章 2017-2020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

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、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 2017-2020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 欧盟数字营销行业地区市场分析

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

第六节 全球数字营销行业重点企业分析

第七节 2021-2026年世界数字营销行业分布走势预测

第八节 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

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 中国数字营销行业供需平衡分析

第六节 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 2017-2020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分析

二、中国数字营销行业企业集中度分析

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 中国数字营销行业竞争力分析

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 2017-2020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 2017-2020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 2017-2020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SWOT分析

一、行业优势分析

二、行业劣势分析

三、行业机会分析

四、行业威胁分析

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、主营业务

三、发展现状

四、优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、发展现状

四、优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、发展现状

四、优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、发展现状

四、优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、发展现状

四、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 数字营销行业企业经营发展分析及建议

- 一、数字营销行业经营模式
- 二、数字营销行业销售模式
- 三、数字营销行业创新方向

第三节 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的重点客户战略实施

- 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 中国数字营销行业定价策略分析

第三节 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

第四节 中国数字营销行业价格策略

第五节 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/wangluomeiti/523576523576.html>