

2019年中国数字营销行业分析报告- 行业供需现状与发展趋势预测

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年中国数字营销行业分析报告-行业供需现状与发展趋势预测》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/hulianwang/385505385505.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年我国数字营销 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月份回落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，数字营销 行业也得到了快速发展，2017年我国数字营销 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，数字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年数字营销 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）

从数字营销 行业企业区域分布情况来看，数字营销 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年我国数字营销 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年中国数字营销行业分析报告-行业供需现状与发展趋势预测》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 中国数字营销行业发展必然性分析

第一节 数字营销行业发展背景分析

- 一、政策背景分析
- 二、社会背景分析
- 三、经济背景分析
- 四、技术背景分析

第二节 数字营销行业发展必然性分析

- 一、数字营销解决传统营销痛点
- 二、数字营销解决企业营销信息不对称
- 三、数字营销解决广告效率低下问题

第三节 数字营销行业新营销模式分析

第四节 数字营销行业突破点分析

- 一、借势
- 二、创新
- 三、体验

第二章 中国数字营销行业发展现状分析

第一节 数字营销市场整体发展状况

- 一、数字营销市场规模分析
- 二、数字营销市场发展特点

三、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

第二节 数字营销行业技术构建分析

一、数字营销软件技术分析

二、数字营销硬件技术分析

第三节 数字营销行业经典案例分析

一、戴尔数字营销

二、美克家居数字营销

三、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

第一节 数字营销之广告营销分析

一、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

二、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

三、广告平台竞争因素

四、广告营销典型案例

五、广告营销市场竞争

第二节 数字营销之广告分析

一、营销发展现状

二、营销典型案例

三、营销市场竞争

第三节 数字营销之广告网络分析

一、网络营销发展现状

二、网络营销典型案例

三、网络营销市场竞争

第四节 数字营销之广告水军分析

一、水军营销发展现状

二、水军营销典型案例

三、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

第一节 数字营销行业营销媒体分析

一、广告主PC端媒体广告营销预算分配

二、广告主移动端媒体广告营销预算分配

三、广告主数字营销社交媒体选择

四、广告主数字营销视频媒体选择

五、广告主数字营销电商媒体选择

六、广告主数字营销新闻门户选择

第二节 广告主数字营销广告模式及形式选择

一、广告主数字营销广告模式选择

二、广告主数字营销广告形式选择

第三节 广告主数字营销广告平台选择

一、广告主广告投放渠道

二、广告主关注广告平台情况

三、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

第一节 快消行业数字营销分析

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、数字营销需求分析

五、数字营销典型案例

六、数字营销策略分析

第二节 金融数字营销分析

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、数字营销需求分析

五、数字营销典型案例

六、数字营销策略分析

第三节 房地产数字营销分析

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、数字营销需求分析

五、数字营销典型案例

六、数字营销策略分析

第四节 旅游数字营销分析

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、数字营销需求分析

五、数字营销典型案例

六、数字营销策略分析

第五节 影视数字营销分析

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、数字营销需求分析

五、数字营销典型案例

六、数字营销策略分析

第六节 教育数字营销分析

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、数字营销需求分析

五、数字营销典型案例

六、数字营销策略分析

第六章 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 用乐数字经营分析

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

第三节 全时咨询经营分析

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 思麦经营分析

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 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

第七章 数字营销行业投资机会与趋势预测

第一节 数字营销行业发展趋势

- 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

第二节 数字营销行业投资机会

- 一、行业投资特性分析
- 二、行业投资机会分析
- 三、行业投资策略建议

图表目录：

图表：2016-2018年我国网民规模变化

图表：2016-2018年我国互联网普及率变化

图表：2016-2018年我国手机网民人数变化

图表：2016-2018年我国网络购物用户规模及使用率

图表：2016-2018年我国网上支付用户规模及使用率

图表：2016-2018年我国网上银行用户规模及使用率

图表：2016-2018年中国数字营销市场规模

图表：2016-2018年中国移动数字营销市场规模

图表：2016-2018年中国广告主数字营销预算分配情况（传统广告VS互联网广告）

图表：2016-2018年中国广告主网络广告预算分配情况（PC端VS移动端）

图表：广告平台核心竞争力因素

图表：2016-2018年中国广告主PC端媒体广告数字营销预算分配情况

图表：2016-2018年中国广告主PC端媒体广告数字营销预算分配情况

图表：2016-2018年中国广告主移动端媒体广告数字营销预算分配情况

图表：2016-2018年中国广告主数字营销社交媒体选择——PC端

图表：2016-2018年中国广告主数字营销社交媒体选择——移动端

图表：2016-2018年中国广告主数字营销视频媒体选择——PC端

图表：2016-2018年中国广告主数字营销视频媒体选择——移动端

图表：2016-2018年中国广告主数字营销电商媒体选择——PC端

图表：2016-2018年中国广告主数字营销电商媒体选择——移动端

图表：2016-2018年中国广告主数字营销新闻门户选择——PC端

图表：2016-2018年中国广告主数字营销新闻门户选择——移动端

图表：2016-2018年中国广告主数字营销广告模式选择——PC端

图表：2016-2018年中国广告主数字营销广告形式选择——移动端

图表详见正文 (GYZQPT)

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/385505385505.html>