

2020年中国数字营销市场调研报告- 产业供需现状与发展动向预测

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《2020年中国数字营销市场调研报告-产业供需现状与发展动向预测》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/jinrongyinhang/521803521803.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

【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 中国社会化媒体营销行业企业分析（随数据更新有调整）

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、企业发展现状分析
- 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、企业发展现状分析
- 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、企业发展现状分析

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、企业发展现状分析

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、企业发展现状分析

四、企业竞争优势分析

第七章 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

第八章 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

第九章 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

图表目录：

图表：我国网民规模变化

图表：我国互联网普及率变化

图表：我国手机网民人数变化

图表：我国网络购物用户规模及使用率

图表：我国网上支付用户规模及使用率

图表：我国网上银行用户规模及使用率

图表：中国数字营销市场规模

图表：中国移动数字营销市场规模

图表：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：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

图表详见报告正文（GYSYL）

【简介】

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调研报告-产业供需现状与发展动向预测》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。

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、阿里巴巴、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/jinrongyinhang/521803521803.html>