

2024-2030年中国数字营销行业发展监测及投资战略研究报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2024-2030年中国数字营销行业发展监测及投资战略研究报告》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：<https://www.huaon.com/channel/yunying/1020193.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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

《2024-2030年中国数字营销行业发展监测及投资战略研究报告》由华经产业研究院研究团队精心研究编制，对数字营销行业发展环境、市场运行现状进行了具体分析，还重点分析了行业竞争格局、重点企业的经营现状，结合数字营销行业的发展轨迹和实践经验，对未来几年行业的发展趋向进行了专业的预判；为企业、科研、投资机构等单位投资决策、战略规划、产业研究提供重要参考。

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分析数据，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。

报告目录：

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情况分析

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分析

- (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 数字营销行业解决方案主要架构分析
 - 2.2.1 主要架构分析
 - 2.2.1 基于中台、微服务架构的数字营销平台
 - 2.2.2 SAAS 数字营销云
- 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 红星美凯龙数字营销
 - 2.3.4 长安马自达数字营销

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
 - 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) 移动视频广告形式
 - (4) 积分墙广告形式
 - (5) 其他广告形式
- 3.2 数字营销之广告分析
 - 3.2.1 发展现状分析
 - 3.2.2 典型案例
 - 3.2.3 市场竞争
- 3.3 数字营销之网络分析
 - 3.3.1 发展现状分析
 - 3.3.2 典型案例
 - 3.3.3 市场竞争
- 3.4 数字营销之水军分析

3.4.1发展现状分析

3.4.2典型案例

3.4.3市场竞争

第四章 中国数字营销行业广告主分析

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状况分析

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 旅游行业营销痛点及数字营销需求分析

5.4.4 数字营销典型案例

5.4.5 数字营销策略分析

5.5 汽车数字营销分析

5.5.1 汽车行业消费群体分析

5.5.2 汽车行业营销特点分析

5.5.3 汽车行业营销痛点及数字营销需求分析

5.5.4 数字营销典型案例

5.5.5 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 教育行业营销痛点及数字营销需求分析

5.6.4 数字营销典型案例

5.6.5 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

6.1 杭州蚊子会数字营销有限公司

6.1.1 企业发展简况分析

6.1.2 企业经营情况分析

6.1.3 企业经营优劣势分析

6.2 深圳市沃菲数字营销有限公司

6.2.1 企业发展简况分析

6.2.2 企业经营情况分析

6.2.3 企业经营优劣势分析

6.3 蒲公英（广州）数字营销有限公司

6.3.1 企业发展简况分析

6.3.2 企业经营情况分析

6.3.3 企业经营优劣势分析

6.4 上海蓬景数字营销策划有限公司

6.4.1 企业发展简况分析

6.4.2 企业经营情况分析

6.4.3 企业经营优劣势分析

6.5 陕西西部传媒数字营销有限公司

6.5.1 企业发展简况分析

6.5.2 企业经营情况分析

6.5.3 企业经营优劣势分析

第七章 数字营销行业投资机会与趋势预测分析

7.1 数字营销行业发展趋势预测分析

7.1.1 行业发展前景预测分析

7.1.2 行业发展风口预测分析

7.1.3 行业创新趋势预测分析

7.1.4 行业技术趋势预测分析

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 行业投资风险分析

1、政策风险

2、行业风险

3、市场风险

4、人才流失风险

7.2.4 行业投资策略分析

图表目录：

图表：数字营销行业主要法律法规

图表：数字营销行业主要产业政策

图表：中国人口情况单位：万人

图表：中国城镇化率情况单位：万人

图表：中国网民规模和互联网普及率统计

图表：中国网络购物/手机购物用户规模及使用率

图表：中国网络支付/手机网络支付用户规模及使用率

图表：中国网络视频/手机网络视频用户规模及使用率

图表：2019-2023年全国国内生产总值增长状况分析

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/channel/yunying/1020193.html>