

# 2022-2027年中国AI+营销市场前景预测及行业投资潜力预测报告

报告大纲

## 一、报告简介

华经情报网发布的《2022-2027年中国AI+营销市场前景预测及行业投资潜力预测报告》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/media/830959.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

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AI+营销行业发展现状分析

#### 1.1AI+营销行业发展现状

##### 1.1.1AI+营销发展历程

##### 1.1.2AI+营销发展现状

##### 1.1.3AI+营销发展规模

##### 1.1.4AI+营销发展特点

##### 1.1.5AI+营销发展趋势

##### 1.1.6AI+营销发展前景

#### 1.2AI+营销细分市场发展分析

##### 1.2.1垂直类门户AI+营销发展分析

##### 1.2.2社区类互动营销发展分析

##### 1.2.3搜索引擎类SEM营销分析

##### 1.2.4微博微信类营销发展分析

##### 1.2.5视频类网络媒体营销分析

##### 1.2.6广告联盟类营销发展分析

##### 1.2.7网络公关营销发展分析

##### 1.2.8网吧客户端营销发展分析

#### 1.3主要行业AI+营销发展分析

##### 1.3.1网络服务行业AI+营销发展分析

##### 1.3.2交通行业AI+营销发展分析

##### 1.3.3IT行业AI+营销发展分析

##### 1.3.4房地产行业AI+营销发展分析

##### 1.3.5服装行业AI+营销发展分析

##### 1.3.6食品饮料行业AI+营销发展分析

##### 1.3.7金融服务业AI+营销发展分析

##### 1.3.8通讯服务业AI+营销发展分析

##### 1.3.9消费电子行业AI+营销发展分析

##### 1.3.10销售服务业AI+营销发展分析

### 1.3.11 化妆浴室用品行业AI+营销发展分析

### 1.3.12 医疗服务业AI+营销发展分析

### 1.3.13 教育培训业AI+营销发展分析

### 1.3.14 娱乐休闲业AI+营销发展分析

### 1.3.15 个人用品行业AI+营销发展分析

### 1.3.16 家居装饰业AI+营销发展分析

## 第二章 企业进入互联网的战略选择分析

### 2.1 企业自建AI+营销平台分析

#### 2.1.1 自建平台意义分析

#### 2.1.2 自建平台资金投入分析

#### 2.1.3 自建平台其他投入分析

#### 2.1.4 自建平台典型案例分析

#### 2.1.5 自建平台经验总结与建议

### 2.2 企业借助三方平台分析

#### 2.2.1 第三方平台选择误区分析

#### 2.2.2 第三方平台选择案例分析

#### 2.2.3 第三方平台选择经验借鉴

##### (1) 以平台规模三方平台选择

##### (2) 广告持久度三方平台选择

##### (3) 供求同信息服务平台选择

##### (4) 行业咨询服务平台选择

##### (5) 招商加盟服务平台选择

##### (6) 项目外包服务平台选择

##### (7) 在线服务为主的平台选择

##### (8) 技术社区服务平台选择

#### 2.2.4 企业借助三方平台经验总结与建议

### 2.3 新建平台配套设施建设分析

#### 2.3.1 新建平台计划制定建议

#### 2.3.2 新建平台团队人员结构建议

#### 2.3.3 新建平台运作灵活性提升建议

#### 2.3.4 新建平台应对互联网变化建议

## 第三章 企业AI+营销模式分析

### 3.1 微信营销模式分析

#### 3.1.1 微信营销应用现状分析

#### 3.1.2 微信营销优劣势分析

- 3.1.3 微信营销实施步骤分析
- 3.1.4 微信营销成功要素分析
- 3.1.5 微信营销典型案例分析
- 3.2 微博营销模式分析
  - 3.2.1 微博营销应用现状分析
  - 3.2.2 微博营销优劣势分析
  - 3.2.3 微博营销实施步骤分析
  - 3.2.4 微博营销成功要素分析
  - 3.2.5 微博营销典型案例分析
- 3.3 口碑营销模式分析
  - 3.3.1 口碑营销应用现状分析
  - 3.3.2 口碑营销优劣势分析
  - 3.3.3 口碑营销实施步骤分析
  - 3.3.4 口碑营销成功要素分析
  - 3.3.5 口碑营销典型案例分析
- 3.4 新闻营销模式分析
  - 3.4.1 新闻营销应用现状分析
  - 3.4.2 新闻营销优劣势分析
  - 3.4.3 新闻营销实施步骤分析
  - 3.4.4 新闻营销成功要素分析
  - 3.4.5 新闻营销典型案例分析
- 3.5 事件营销模式分析
  - 3.5.1 事件营销应用现状分析
  - 3.5.2 事件营销优劣势分析
  - 3.5.3 事件营销实施步骤分析
  - 3.5.4 事件营销成功要素分析
  - 3.5.5 事件营销典型案例分析
- 3.6 危机公关模式分析
  - 3.6.1 微信营销应用现状分析
  - 3.6.2 危机公关优劣势分析
  - 3.6.3 危机公关实施步骤分析
  - 3.6.4 危机公关成功要素分析
  - 3.6.5 危机公关典型案例分析
- 第四章 互联网精准营销分析
  - 4.1 目标客户群定位分析

#### 4.1.1目标客户大数据定位分析

#### 4.1.2目标客户地域定位分析

#### 4.1.3目标客户行为习惯定位分析

#### 4.2精准营销广告投放分析

##### 4.2.1CPM采购投放模式分析

##### 4.2.2精准营销广告考量要素分析

(1) 覆盖度考量分析

(2) 精准度考量分析

(3) 渗透度考量分析

(4) 有效性考量分析

##### 4.2.3广告投放决策分析

(1) 广告投放媒介分析

(2) 广告投放网站分析

##### 4.2.4广告投入模式分析

(1) 网幅广告

(2) 文本链接广告

(3) 电子邮件广告

(4) 赞助式广告

(5) 与内容结合广告

(6) 插播式广告

(7) RichMedia

(8) EDM直投

(9) 定向广告

(10) 其他新型广告

#### 4.3精准营销效果评价体系建设分析

##### 4.3.1效果评价指标分析

(1) 整体营销费用

(2) 访问来源跟踪

(3) 访问停留时间

(4) 访问页面深度

(5) 邮件咨询数

(6) 会员注册数

(7) 相关下载数

(8) 在线咨询数

(9) 电话咨询数

(10) 有效订单数

4.3.2 效果评价指标权重分析

第五章 针对不同产品的AI+营销策略分析

5.1 工业品的AI+营销策略分析

5.1.1 工业品AI+营销特点分析

5.1.2 工业品AI+营销常见模式

5.1.3 工业品AI+营销存在问题分析

5.1.4 工业品AI+营销适合企业分析

5.1.5 工业品AI+营销典型案例分析

5.1.6 工业品AI+营销市场机会分析

5.1.7 工业品AI+营销投入成本分析

5.1.8 工业品AI+营销投资可行性分析

5.1.9 工业品AI+营销相关建议

5.2 消费品的AI+营销策略分析

5.2.1 消费品AI+营销特点分析

5.2.2 消费品AI+营销常见模式

5.2.3 消费品AI+营销存在问题分析

5.2.4 消费品AI+营销适合企业分析

5.2.5 消费品AI+营销典型案例分析

5.2.6 消费品AI+营销市场机会分析

5.2.7 消费品AI+营销投入成本分析

5.2.8 消费品AI+营销投资可行性分析

5.2.9 消费品AI+营销相关建议

5.3 服务类产品的AI+营销策略分析

5.3.1 服务类产品AI+营销特点分析

5.3.2 服务类产品AI+营销常见模式

5.3.3 服务类产品AI+营销存在问题分析

5.3.4 服务类产品AI+营销适合企业分析

5.3.5 服务类产品AI+营销典型案例分析

5.3.6 服务类产品AI+营销市场机会分析

5.3.7 服务类产品AI+营销投入成本分析

5.3.8 服务类产品AI+营销投资可行性分析

5.3.9 服务类产品AI+营销相关建议

第六章 企业AI+营销推广策略分析

6.1 平台优化推广策略分析

- 6.1.1平台优化推广策略简介
- 6.1.2平台优化推广适用情况
- 6.1.3平台优化推广成功要素
- 6.1.4平台优化推广典型案例
- 6.1.5平台优化推广经验总结
- 6.2关键字点击推广策略分析
  - 6.2.1关键字点击推广策略简介
  - 6.2.2关键字点击推广适用情况
  - 6.2.3关键字点击推广成功要素
  - 6.2.4关键字点击推广典型案例
  - 6.2.5关键字点击推广经验总结
- 6.3付费推广策略分析
  - 6.3.1付费推广策略简介
  - 6.3.2付费推广适用情况
  - 6.3.3付费推广成功要素
  - 6.3.4付费推广典型案例
- 6.4平面推广策略分析
  - 6.4.1平面推广策略简介
  - 6.4.2平面推广适用情况
  - 6.4.3平面推广成功要素
  - 6.4.4平面推广典型案例
- 6.5隐性推广策略分析
  - 6.5.1隐性推广策略简介
  - 6.5.2隐性推广适用情况
  - 6.5.3隐性推广成功要素
  - 6.5.4隐性推广典型案例
- 6.6人脉推广策略分析
  - 6.6.1人脉推广策略简介
  - 6.6.2人脉推广适用情况
  - 6.6.3人脉推广成功要素
  - 6.6.4人脉推广典型案例
- 6.7品牌推广策略分析
  - 6.7.1品牌推广策略简介
  - 6.7.2品牌推广适用情况
  - 6.7.3品牌推广成功要素



#### 6.7.4品牌推广典型案例

#### 6.8典型AI+营销案例分析

##### 6.8.1京东：以AI智能语音趣玩新年营销

##### 6.8.2一汽丰田：《奕声悄悄话》创意语音H5

##### 6.8.3肯德基：会聊天的KI上校

#### 第七章 AI+营销相关企业发展情况分析

##### 7.1讯飞智汇

###### 7.1.1企业基本情况简介

###### 7.1.2企业业务范围分析

###### 7.1.3企业主要客户分析

###### 7.1.4企业典型项目分析

##### 7.2百度

###### 7.2.1企业基本情况简介

###### 7.2.2企业业务范围分析

###### 7.2.3企业主要客户分析

###### 7.2.4企业典型项目分析

##### 7.3腾讯

###### 7.3.1企业基本情况简介

###### 7.3.2企业业务范围分析

###### 7.3.3企业主要客户分析

###### 7.3.4企业典型项目分析

##### 7.4阿里巴巴

###### 7.4.1企业基本情况简介

###### 7.4.2企业业务范围分析

###### 7.4.3企业主要客户分析

###### 7.4.4企业典型项目分析

##### 7.5 Facebook

###### 7.5.1企业基本情况简介

###### 7.5.2企业业务范围分析

###### 7.5.3企业主要客户分析

###### 7.5.4企业典型项目分析

#### 第八章 中国AI+营销发展趋势与前景分析

##### 8.1AI+营销发展趋势分析

###### 8.1.1AI+营销政策走向分析

###### 8.1.2AI+营销模式发展趋势

8.1.3AI+营销市场发展趋势

8.1.4AI+营销未来竞争走向

8.2AI+营销市场前景预测

8.2.1互联网行业市场规模预测

8.2.2AI+营销市场规模预测

8.2.3AI+营销子行业发展预测

8.2.4各类产品AI+营销前景预测

8.3AI+营销投资前景预测

8.3.1AI+营销进入壁垒分析

8.3.2AI+营销投资风险分析

8.3.3AI+营销投资可行性分析

8.3.4AI+营销投资前景分析

8.4展望AI+营销投资建议

8.4.1传统互联网企业投资建议

8.4.2工业品生产企业投资建议

8.4.3消费品生产企业投资建议

8.4.4服类类相关企业投资建议

图表目录：

图表1：中国AI+营销发展历程示意图

图表2：中国AI+营销发展特点列表

图表3：中国企业自建AI+营销平台经验总结表

图表4：中国企业借助三方平台经验总结表

图表5：中国新建平台应对互联网变化建议列表

图表6：微信营销优劣势分析表

图表7：微信营销实施步骤示意图

图表8：微信营销成功要素分析表

图表9：微博营销优劣势分析表

图表10：微博营销实施步骤示意图

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/channel/media/830959.html>