

# 2020-2026年中国互联网营 销产业发展现状与市场年度调研报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2020-2026年中国互联网营销产业发展现状与市场年度调研报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202003/157467.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

报告目录：

### 第一章 中国互联网营销行业发展现状分析

#### 1.1 互联网营销行业发展现状

##### 1.1.1 互联网营销发展历程

##### 1.1.2 互联网营销发展现状

##### 1.1.3 互联网营销发展规模

##### 1.1.4 互联网营销发展特点

##### 1.1.5 互联网营销发展趋势

##### 1.1.6 互联网营销发展前景

#### 1.2 互联网营销细分市场发展分析

##### 1.2.1 垂直类门户网络营销发展分析

##### 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 主要行业互联网营销发展分析

##### 1.3.1 网络服务行业互联网营销发展分析

##### 1.3.2 交通行业互联网营销发展分析

##### 1.3.3 IT行业互联网营销发展分析

##### 1.3.4 房地产行业互联网营销发展分析

##### 1.3.5 服装行业互联网营销发展分析

##### 1.3.6 食品饮料行业互联网营销发展分析

##### 1.3.7 金融服务业互联网营销发展分析

##### 1.3.8 通讯服务业互联网营销发展分析

##### 1.3.9 消费电子行业互联网营销发展分析

##### 1.3.10 售服务业互联网营销发展分析

##### 1.3.11 化妆浴室用品行业互联网营销发展分析

- 1.3.12 医疗服务业互联网营销发展分析
- 1.3.13 教育培训业互联网营销发展分析
- 1.3.14 娱乐休闲业互联网营销发展分析
- 1.3.15 个人用品行业互联网营销发展分析
- 1.3.16 家居装饰业互联网营销发展分析

## 第二章 企业进入互联网的战略选择分析

### 2.1 企业自建互联网营销平台分析

- 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) 招商加盟服务备平台选择
  - (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 企业互联网营销模式分析

#### 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
  - 4.2.1 CPM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 针对不同产品的互联网营销策略分析

### 5.1 工业品的互联网营销策略分析

- 5.1.1 工业品网络营销特点分析
- 5.1.2 工业品网络营销常见模式
- 5.1.3 工业品网络营销存在问题分析
- 5.1.4 工业品网络营销适合企业分析
- 5.1.5 工业品网络营销典型案例分析
- 5.1.6 工业品网络营销市场机会分析
- 5.1.7 工业品网络营销投入成本分析
- 5.1.8 工业品网络营销投资可行性分析
- 5.1.9 工业品网络营销相关建议

### 5.2 消费品的互联网营销策略分析

- 5.2.1 消费品网络营销特点分析
- 5.2.2 消费品网络营销常见模式
- 5.2.3 消费品网络营销存在问题分析
- 5.2.4 消费品网络营销适合企业分析
- 5.2.5 消费品网络营销典型案例分析
- 5.2.6 消费品网络营销市场机会分析

- 5.2.7 消费品网络营销投入成本分析
- 5.2.8 消费品网络营销投资可行性分析
- 5.2.9 消费品网络营销相关建议
- 5.3 服务类产品的互联网营销策略分析
  - 5.3.1 服务类产品网络营销特点分析
  - 5.3.2 服务类产品网络营销常见模式
  - 5.3.3 服务类产品网络营销存在问题分析
  - 5.3.4 服务类产品网络营销适合企业分析
  - 5.3.5 服务类产品网络营销典型案例分析
  - 5.3.6 服务类产品网络营销市场机会分析
  - 5.3.7 服务类产品网络营销投入成本分析
  - 5.3.8 服务类产品网络营销投资可行性分析
  - 5.3.9 服务类产品网络营销相关建议

## 第六章 企业互联网营销推广策略分析

- 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



- 6.3.5 付费推广经验总结
- 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
  - 6.4.5 平面推广经验总结
- 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
  - 6.5.5 隐性推广经验总结
- 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
  - 6.6.5 人脉推广经验总结
- 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
  - 6.7.5 品牌推广经验总结

## 第七章 互联网营销相关企业发展情况分析

- 7.1 北京伴诚经典文化传媒有限公司
  - 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 南京新雨恒网络科技有限公司

### 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 飞洋网络科技管理有限公司

### 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 吉林省中麒推广有限责任公司

### 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 北京博瑞焦点公关顾问有限公司

### 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

## 7.6 联合互动广告文化传媒有限公司

### 7.6.1 企业基本情况简介

### 7.6.2 企业业务范围分析

### 7.6.3 企业主要客户分析

### 7.6.4 企业典型项目分析

## 7.7 新意互动广告有限公司

### 7.7.1 企业基本情况简介

### 7.7.2 企业业务范围分析

### 7.7.3 企业主要客户分析

### 7.7.4 企业典型项目分析

## 7.8 北京灵思远景营销顾问有限公司

### 7.8.1 企业基本情况简介

- 7.8.2 企业业务范围分析
- 7.8.3 企业主要客户分析
- 7.8.4 企业典型项目分析
- 7.9 华扬联众数字技术股份有限公司
  - 7.9.1 企业基本情况简介
  - 7.9.2 企业业务范围分析
  - 7.9.3 企业主要客户分析
  - 7.9.4 企业典型项目分析
- 7.10 安瑞索思（中国）有限公司
  - 7.10.1 企业基本情况简介
  - 7.10.2 企业业务范围分析
  - 7.10.3 企业主要客户分析
  - 7.10.4 企业典型项目分析
- 7.11 北京腾信创新网络营销技术股份有限公司
  - 7.11.1 企业基本情况简介
  - 7.11.2 企业业务范围分析
  - 7.11.3 企业主要客户分析
  - 7.11.4 企业典型项目分析
- 7.12 电众数码广告有限公司
  - 7.12.1 企业基本情况简介
  - 7.12.2 企业业务范围分析
  - 7.12.3 企业主要客户分析
  - 7.12.4 企业典型项目分析
- 7.13 北京陈墨网络营销顾问有限公司
  - 7.13.1 企业基本情况简介
  - 7.13.2 企业业务范围分析
  - 7.13.3 企业主要客户分析
  - 7.13.4 企业典型项目分析

## 第八章 中国互联网营销发展趋势与前景分析

- 8.1 互联网营销发展趋势分析
  - 8.1.1 互联网营销政策走向研判

- 8.1.2 互联网营销模式发展趋势
- 8.1.3 互联网营销市场发展趋势
- 8.1.4 互联网营销未来竞争走向
- 8.2 互联网营销市场前景预测
  - 8.2.1 互联网行业市场规模预测
  - 8.2.2 互联网营销市场规模预测
  - 8.2.3 互联网营销子行业发展预测
  - 8.2.4 各类产品互联网营销前景预测
- 8.3 互联网营销投资前景预测
  - 8.3.1 互联网营销进入壁垒分析
  - 8.3.2 互联网营销投资风险分析
  - 8.3.3 互联网营销投资可行性分析
  - 8.3.4 互联网营销投资前景分析
- 8.4 展望互联网营销投资建议
  - 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：中国互联网营销发展历程示意图
- 图表2：中国互联网营销发展特点列表
- 图表3：中国企业自建互联网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
- 图表11：微博营销成功要素分析表
- 图表12：口碑营销优劣势分析表

图表13：口碑营销实施步骤示意图  
图表14：口碑营销成功要素分析表  
图表15：新闻营销优劣势分析表  
图表16：新闻营销实施步骤示意图  
图表17：新闻营销成功要素分析表  
图表18：事件营销优劣势分析表  
图表19：事件营销实施步骤示意图  
图表20：事件营销成功要素分析表  
图表21：危机公关优劣势分析表  
图表22：危机公关实施步骤示意图  
图表23：危机公关成功要素分析表  
图表24：工业品网络营销特点分析表  
图表25：工业品网络营销常见模式分析表  
更多图表见正文&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202003/157467.html>