2025-2031年中国数字营销产业发展现状与发展前景报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司
www.cction.com

一、报告报价

《2025-2031年中国数字营销产业发展现状与发展前景报告》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/202411/472547.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

中企顾问网发布的《2025-2031年中国数字营销产业发展现状与发展前景报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局煤炭综采设备后市场服务行业的重要决策参考依据。

报告目录：

第1章：数字营销行业界定及数据统计标准说明
1.1数字营销行业界定
1.1.1数字营销的界定
1.1.2数字营销相关概念辨析
1.2数字营销行业分类
1.3数字营销行业监管规范体系
1.3.1数字营销行业专业术语介绍
1.3.2数字营销行业监管体系及机构介绍
1、数字营销行业主管部门
2、数字营销行业自律组织
1.3.3数字营销行业标准体系建设现状
1、数字营销标准体系建设
2、中国数字营销行业即将实施标准
3、数字营销重点标准解读
1.4数字营销所归属国民经济行业分类
1.5本报告研究范围界定说明
1.6本报告数据来源及统计标准说明
1.6.1本报告权威数据来源
1.6.2本报告研究方法及统计标准说明
第2章：数字营销行业发展现状及趋势前景预判
2.1数字营销行业发展历程
2.2（除中国外）数字营销行业宏观环境分析
2.2.1（除中国外）数字营销行业经济环境分析
2.2.2（除中国外）数字营销行业政治法律环境分析

2.2.3（除中国外）数字营销行业技术环境分析
2.2.4新冠疫情对（除中国外）数字营销行业的影响分析
2.3数字营销行业发展现状及市场规模测算
2.3.1数字营销行业市场供需状况
1、需求概况
2、供给概况
2.3.2数字营销行业市场规模测算
2.4主要经济体数字营销市场研究
2.4.1法国数字营销行业发展状况
2.4.2德国数字营销行业发展状况
2.4.3美国数字营销行业发展状况
2.5数字营销行业市场竞争格局及企业案例分析
2.5.1数字营销行业市场竞争格局
1、竞争企业情况
2、市场份额分析
2.5.2数字营销企业兼并重组状况
2.5.3数字营销行业代表性企业布局案例
1、谷歌
2、亚马逊
3、Facebook
2.6数字营销行业发展趋势及市场前景预测
2.6.1数字营销行业发展趋势预判
2.6.2数字营销行业市场前景预测
第3章：中国数字营销行业发展现状与市场规模测算
3.1中国数字营销行业技术（Technology）环境分析
3.1.1数字营销的核心关键技术分析
1、内容标签化
2、数据中台应用
3、三方数据补充应用
3.1.2数字营销行业相关专利的申请及公开情况
1、数字营销专利申请
2、数字营销热门申请人

3、数字营销热门技术
3.1.3技术环境对数字营销行业发展的影响分析
3.2中国数字营销行业发展历程及市场特性
3.2.1中国数字营销行业发展历程
3.2.2中国数字营销行业市场特性
3.3中国数字营销行业参与者类型及规模
3.3.1中国数字营销行业参与者类型
3.3.2中国数字营销行业企业数量规模
3.4中国数字营销行业投放平台及营销形式概述
3.4.1中国数字营销行业投放平台分析
3.4.2中国数字营销行业营销形式分析
1、营销形式关注重点
2、创新营销形式预期
3.5中国数字营销行业分媒介营销市场概况
3.6中国数字营销行业分渠道营销市场分析
3.6.1中国搜索引擎营销市场发展分析
1、市场概述
（1）概念
（2）特点
（3）营销方法
（4）需求
2、发展状况
（1）发展阶段
（2）运作方式
（3）企业布局
3、发展趋势
3.6.2中国直效营销市场发展分析
1、概述
（1）概念
（2）分类
（3）特征
（4）营销方法

2、发展状况
3.6.3中国社会化营销市场发展分析
1、概述
（1）概念
（2）优势
2、发展状况
（1）技术发展状况
（2）企业营销重点
（3）企业布局状况
3、发展趋势
3.6.4中国程序化广告市场发展分析
1、概述
（1）概念
（2）竞价方式
2、发展状况
（1）发展阶段
（2）发展现状
3、发展趋势
3.7中国数字营销行业市场规模测算
第4章：中国数字营销行业市场竞争状况及国际竞争力分析
4.1中国数字营销行业波特五力模型分析
4.1.1数字营销行业现有竞争者之间的竞争
4.1.2数字营销行业对供应商议价能力分析
4.1.3数字营销行业对广告主议价能力分析
4.1.4数字营销行业潜在进入者分析
4.1.5数字营销行业替代品风险分析
4.1.6数字营销行业竞争情况总结
4.2中国数字营销行业投融资、兼并与重组状况
4.2.1中国数字营销行业投融资发展状况
4.2.2中国数字营销行业兼并与重组状况
4.3中国数字营销行业市场竞争格局分析
4.4中国数字营销行业市场集中度分析

4.4.1技术集中度
4.4.2地域集中度
第5章：中国数字营销产业链全景解析
5.1中国数字营销产业结构属性（产业链）
5.1.1数字营销产业链结构梳理
5.1.2数字营销产业链生态图谱
5.2中国数字营销产业价值属性（价值链）
5.2.1数字营销行业成本结构分析
5.2.2数字营销行业价值链分析
5.3中国数字营销行业广告主市场需求分析
5.3.1中国数字营销行业广告主类型
5.3.2中国数字营销行业广告市场需求状况
1、数字营销行业广告主需求特征
2、数字营销行业广告主营销目标
（1）广告投放目标
（2）品效预算分配
3、数字营销行业广告主投入增长率
5.4中国数字营销行业广告投放代理市场分析
5.4.1中国数字营销行业广告投放代理类型
5.4.2中国数字营销行业广告投放代理市场发展状况
1、数字营销行业广告投放代理业务流程
2、数字营销行业广告投放代理业务参与者
5.5中国数字营销行业工具&平台&技术支持市场分析
5.5.1需求方平台（DSP）
1、概述
2、企业布局
5.5.2采购交易平台（TD）
1、概述
2、企业布局
5.5.3广告交易平台（AdExchange）
1、概述
2、企业布局

5.5.4供应方交易平台（SSP）
1、概述
2、企业布局
5.5.5数据管理平台（DMP）
5.5.6广告监测分析
5.6中国数字营销行业应用领域发展状况及案例研究
5.6.1中国数字营销行业主要应用行业领域分布
5.6.2中国汽车行业数字营销发展状况及案例研究
1、汽车行业数字营销概述
（1）汽车行业数字营销概念
（2）汽车行业数字营销背景
2、汽车行业数字营销发展状况
（1）汽车行业数字营销发展阶段
（2）汽车行业数字营销诉求变化
（3）汽车行业数字营销成本变化
（4）汽车行业数字营销参与主体
3、汽车行业数字营销案例分析
（1）吉利汽车&神策数据
（2）京东汽车业务解决方案
4、汽车行业数字营销发展趋势
5.6.3中国食品饮料行业数字营销发展状况及案例研究
1、食品饮料行业数字营销概述
2、食品饮料行业数字营销发展状况
（1）食品饮料行业细分市场数字营销发展状况
（2）食品饮料行业数字营销发展策略
3、食品饮料行业数字营销案例分析
4、食品饮料行业数字营销发展趋势
5.6.4中国美妆个护行业数字营销发展状况及案例研究
1、美妆个护行业数字营销概述
2、美妆个护行业数字营销发展状况
（1）美妆个护行业数字营销策略
（2）美妆个护行业数字营销渠道

（3）美妆个护行业数字营销参与者
3、美妆个护行业数字营销案例分析
（1）完美日记
（2）百雀羚
4、美妆个护行业数字营销发展趋势
第6章：中国数字营销行业市场痛点及产业转型升级发展布局
6.1中国数字营销行业经营效益分析
6.1.1中国数字营销行业营收状况
6.1.2中国数字营销行业利润水平
6.1.3中国数字营销行业成本管控
6.2中国数字营销行业商业模式分析
6.3中国数字营销行业市场痛点分析
6.4中国数字营销产业结构优化与转型升级发展路径
6.4.1中国数字营销产业业务结构优化
1、完善短视频业务布局
2、降低第三方数据依赖
6.4.2中国数字营销产业技术升级
6.5中国数字营销产业结构优化与转型升级发展布局
6.5.1中国数字营销产业结构优化布局
1、腾讯
2、阿里巴巴
3、百度
6.5.2中国数字营销产业技术升级布局
第7章：中国数字营销行业代表性企业案例研究
7.1中国数字营销行业代表性企业发展布局对比
7.2中国数字营销行业代表性企业发展布局案例（排名不分先后）
7.2.1阿里巴巴（中国）网络技术有限公司
1、企业发展历程及基本信息
2、企业发展运营状况
3、企业数字营销业务类型及产品/服务详情
4、企业数字营销产业链布局状况
5、企业数字营销业务布局优劣势分析

7.2.2腾讯控股有限公司

1、企业发展历程及基本信息

2、企业发展运营状况

3、企业数字营销业务类型及产品/服务详情

4、企业数字营销产业链布局状况

5、企业数字营销业务规划布局动态

6、企业数字营销布局优劣势分析

7.2.3京东集团股份有限公司

1、企业发展历程及基本信息

2、企业发展运营状况

3、企业数字营销业务类型及产品/服务详情

4、企业数字营销产业链布局状况

5、企业数字营销布局优劣势分析

7.2.4北京抖音信息服务有限公司

1、企业发展历程及基本信息

2、企业发展运营状况

3、企业数字营销业务类型及产品/服务详情

4、企业数字营销产业链布局状况

5、企业数字营销布局优劣势分析

7.2.5华扬联众数字技术股份有限公司

1、企业发展历程及基本信息

2、企业发展运营状况

3、企业数字营销业务类型及产品/服务详情

4、企业数字营销产业链布局状况

5、企业数字营销业务规划布局动态

6、企业数字营销布局优劣势分析

7.2.6分众传媒信息技术股份有限公司

1、企业发展历程及基本信息

2、企业发展运营状况

3、企业数字营销业务类型及产品/服务详情

4、企业数字营销产业链布局状况

5、企业数字营销业务规划布局动态

6、企业数字营销布局优劣势分析
7.2.7北京蓝色光标数据科技股份有限公司
1、企业发展历程及基本信息
2、企业发展运营状况
3、企业数字营销业务类型及产品/服务详情
4、企业数字营销产业链布局状况
5、企业数字营销布局优劣势分析
7.2.8北京新意互动数字技术有限公司
1、企业发展历程及基本信息
2、企业发展运营状况
3、企业数字营销业务类型及产品/服务详情
4、企业数字营销产业链布局状况
5、企业数字营销布局优劣势分析
7.2.9三人行传媒集团股份有限公司
1、企业发展历程及基本信息
2、企业发展运营状况
3、企业数字营销业务类型及产品/服务详情
4、企业数字营销产业链布局状况
5、企业数字营销业务规划布局动态
6、企业数字营销布局优劣势分析
7.2.10北京数知科技股份有限公司
1、企业发展历程及基本信息
2、企业发展运营状况
3、企业数字营销业务类型及产品/服务详情
4、企业数字营销产业链布局状况
5、企业数字营销业务规划布局动态
6、企业数字营销布局优劣势分析
第8章：中国数字营销行业宏观环境分析（PEST）
8.1中国数字营销行业政策（Policy）环境分析
8.1.1数字营销行业发展相关政策规划汇总及解读
8.1.2国家“十四五”规划对数字营销行业发展的影响分析
8.1.3政策环境对数字营销行业发展的影响分析

8.2中国数字营销行业经济（Economy）环境分析
8.2.1中国宏观经济发展现状
1、中国GDP及增长情况
2、中国三次产业结构
8.2.2中国宏观经济发展展望
1、国际机构对中国GDP增速预测
2、国内机构对中国宏观经济指标增速预测
8.2.3中国数字营销行业发展与宏观经济相关性分析
8.3中国数字营销行业社会（Society）环境分析
8.3.1中国网民规模及互联网普及率
8.3.2中国数字经济规模及GDP占比
8.3.3社会环境对数字营销行业的营销分析
8.4中国数字营销行业SWOT分析
第9章：中国数字营销行业市场前景预测及投资策略建议
9.1中国数字营销行业发展潜力评估
9.2中国数字营销行业发展前景预测
9.3中国数字营销行业发展趋势预判
9.3.1营销云、营销自动化等新技术将进一步推动数字营销增长
9.3.2区块链解决行业痛点，构建数字营销新生态
9.3.3信息流广告保持快速增长，内容社交营销引领数字营销
9.4中国数字营销行业投资特性分析
9.4.1中国数字营销行业进入与退出壁垒
1、技术壁垒
2、数据资源壁垒
3、资金壁垒
4、人才壁垒
5、综合服务能壁垒
6、行业经验与分析方法壁垒
9.4.2中国数字营销行业投资风险预警
1、行业政策风险
2、行业人才风险
3、行业市场风险

9.5中国数字营销行业投资价值评估
9.6中国数字营销行业投资机会分析
9.7中国数字营销行业投资策略与建议
9.8中国数字营销行业可持续发展建议
图表目录
图表1：数字营销图示
图表2：数字营销与互联网营销关系
图表3：数字营销分类
图表4：数字营销行业专业术语说明
图表5：数字营销行业主管部门
图表6：数字营销行业自律组织
图表7：截至2024年1月中国数字营销行业标准体系建设（单位：项）
图表8：截至2024年1月中国数字营销行业现行标准汇总-国家标准
图表9：截至2024年1月中国数字营销行业现行标准汇总-地方标准
图表10：截至2024年1月中国数字营销行业现行标准汇总-行业标准
图表11：截至2024年1月中国数字营销行业现行标准汇总-团体标准
图表12：截至2024年1月中国数字营销行业现行标准汇总-企业标准
图表13：截至2024年1月中国数字营销行业国标计划
图表14：《国民经济行业分类与代码》中数字营销行业归属
图表15：本报告研究范围界定
图表16：本报告权威数据资料来源汇总
图表17：本报告的主要研究方法及统计标准说明
图表18：数字营销行业发展历程
图表19：2024年经济环境概况
图表20：数字营销行业政法环境概况
图表21：2020-2024年数字营销行业技术环境概况（单位：项，%）
图表22：新冠疫情对数字营销行业的影响
图表23：2020-2024年互联网用户数量（单位：亿人）
图表24：2024年互联网用户每日使用情况（单位：小时）
图表25：2020-2024年数字营销布局结构（单位：%）
图表26：2024年数字营销类型结构（单位：%）
图表27：2024年数字营销细分领域占比（单位：%）

图表28：数字营销行业企业分布
图表29：2020-2024年数字营销行业市场规模（单位：亿美元）
图表30：2020-2024年法国数字营销行业市场规模（单位：亿美元）
图表31：2024年法国数字营销细分领域占比（单位：%）
图表32：2020-2024年德国数字营销行业市场规模（单位：亿美元）

详细请访问：http://www.cction.com/report/202411/472547.html