

# 2019-2025年中国数字营销 市场前景研究与发展趋势研究报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

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

## 一、报告报价

《2019-2025年中国数字营销市场前景研究与发展趋势研究报告》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.abaogao.com/b/tongxun/F29847PIFV.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

数字营销的后半场，充满了AI、营销云、区块链技术因素带来的未知可能。在接受考验与应对未知的过程中，各类媒体在调整中会呈现越来越明显的头部化格局，信息流广告也进入高速成长阶段。

同时，OTT广告是非常值得关注的潜力股。调查结果显示，2018年广告主的营销预算分配中OTT占总预算的2.8%，较2017年增加了近一个百分点，2018年OTT广告总体收入有望突破60亿。除OTT广告外，随着新零售向社区的延伸，社区媒体也通过多方联动寻找到其中的机会。社区媒体作为户外媒体的一部分，已经覆盖了4类主要的社区场景，包含了至少14种媒体类型，有望为广告主营销打造更具价值的投放平台。

2018年，国内数字营销行业将主要围绕着“新兴市场”、“整合”、“无界”、“扩张”等关键词发展。

### 报告目录

#### 第一章 数字营销行业发展综述

##### 1.1 数字营销行业定义及分类

###### 1.1.1 行业定义

###### 1.1.2 主要产品/服务分类

###### 1.1.3 行业特性及在国民经济中的地位

##### 1.2 数字营销行业统计标准

###### 1.2.1 统计部门和统计口径

###### 1.2.2 主要统计方法介绍

###### 1.2.3 行业涵盖数据种类介绍

##### 1.3 最近3-5年中国数字营销行业经济指标分析

###### 1.3.1 赢利性

###### 1.3.2 成长速度

###### 1.3.3 附加值的提升空间

###### 1.3.4 进入壁垒 / 退出机制

###### 1.3.5 风险性

###### 1.3.6 行业周期

###### 1.3.7 竞争激烈程度指标

###### 1.3.8 行业及其主要子行业成熟度分析

## 第二章 中国数字营销行业发展环境分析

### 2.1 数字营销行业政策环境分析

#### 2.1.1 行业主管部门及监管体制

#### 2.1.2 主要产业政策及主要法规

### 2.2 数字营销行业经济环境分析

#### 2.2.1 2016-2018年宏观经济分析

#### 2.2.2 2019-2025年宏观经济形势

#### 2.2.3 宏观经济波动对行业影响

### 2.3 数字营销行业社会环境分析

#### 2.3.1 中国人口及就业环境分析

#### 2.3.2 中国居民人均可支配收入

#### 2.3.3 中国消费者消费习惯调查

### 2.4 数字营销行业技术环境分析

#### 2.4.1 行业的主要应用技术分析

#### 2.4.2 行业信息化应用发展水平

#### 2.4.3 互联网创新促进行业发展

## 第三章 国际数字营销行业发展经验借鉴

### 3.1 美国数字营销行业发展经验借鉴

#### 3.1.1 美国数字营销行业发展历程分析

#### 3.1.2 美国数字营销行业运营模式分析

#### 3.1.3 美国数字营销行业发展趋势预测

#### 3.1.4 美国数字营销行业对我国的启示

### 3.2 英国数字营销行业发展经验借鉴

#### 3.2.1 英国数字营销行业发展历程分析

#### 3.2.2 英国数字营销行业运营模式分析

#### 3.2.3 英国数字营销行业发展趋势预测

#### 3.2.4 英国数字营销行业对我国的启示

### 3.3 日本数字营销行业发展经验借鉴

#### 3.3.1 日本数字营销行业发展历程分析

#### 3.3.2 日本数字营销行业运营模式分析

3.3.3 日本数字营销行业发展趋势预测

3.3.4 日本数字营销行业对我国的启示

3.4 韩国数字营销行业发展经验借鉴

3.4.1 韩国数字营销行业发展历程分析

3.4.2 韩国数字营销行业运营模式分析

3.4.3 韩国数字营销行业发展趋势预测

3.4.4 韩国数字营销行业对我国的启示

## 第四章 中国数字营销行业发展现状分析

4.1 中国数字营销行业发展概况分析

4.1.1 中国数字营销行业发展历程分析

4.1.2 中国数字营销行业发展总体概况

4.1.3 中国数字营销行业发展特点分析

4.2 中国数字营销行业发展现状分析

4.2.1 中国数字营销行业市场规模

4.2.2 中国数字营销行业发展分析

4.2.3 中国数字营销企业发展分析

4.3 2019-2025年中国数字营销行业面临的困境及对策

4.3.1 中国数字营销行业面临的困境及对策

1、中国数字营销行业面临困境

2、中国数字营销行业对策探讨

4.3.2 中国数字营销企业发展困境及策略分析

1、中国数字营销企业面临的困境

2、中国数字营销企业的对策探讨

4.3.3 国内数字营销企业的出路分析

## 第五章 中国数字营销行业运行指标分析

5.1 中国数字营销行业市场规模分析及预测

5.1.1 2016-2018年中国数字营销行业市场规模分析

5.1.2 2019-2025年中国数字营销行业市场规模预测

5.2 中国数字营销行业市场供需分析及预测

5.2.1 中国数字营销行业市场供给分析

- 1、2016-2018年中国数字营销行业供给规模分析
- 2、2019-2025年中国数字营销行业供给规模预测
- 5.2.2 中国数字营销行业市场需求分析
  - 1、2016-2018年中国数字营销行业需求规模分析
  - 2、2019-2025年中国数字营销行业需求规模预测
- 5.3 中国数字营销行业企业数量分析
  - 5.3.1 2016-2018年中国数字营销行业企业数量情况
  - 5.3.2 2016-2018年中国数字营销行业企业竞争结构
- 5.4 2016-2018年中国数字营销行业财务指标总体分析
  - 5.4.1 行业盈利能力分析
  - 5.4.2 行业偿债能力分析
  - 5.4.3 行业营运能力分析
  - 5.4.4 行业发展能力分析

## 第六章 中国数字营销行业竞争格局分析

- 6.1 数字营销行业竞争五力分析
  - 6.1.1 数字营销行业上游议价能力
  - 6.1.2 数字营销行业下游议价能力
  - 6.1.3 数字营销行业新进入者威胁
  - 6.1.4 数字营销行业替代产品威胁
  - 6.1.5 数字营销行业内部企业竞争
- 6.2 数字营销行业竞争SWOT分析
  - 6.2.1 数字营销行业优势分析（S）
  - 6.2.2 数字营销行业劣势分析（W）
  - 6.2.3 数字营销行业机会分析（O）
  - 6.2.4 数字营销行业威胁分析（T）
- 6.3 数字营销行业重点企业竞争策略分析

## 第七章 中国数字营销行业竞争企业分析

- 7.1 数字营销公司竞争力分析
  - 7.1.1 企业发展基本情况
  - 7.1.2 企业主要产品分析

- 7.1.3 企业竞争优势分析
- 7.1.4 企业经营状况分析
- 7.1.5 企业最新发展动态
- 7.2 数字营销公司竞争力分析
  - 7.2.1 企业发展基本情况
  - 7.2.2 企业主要产品分析
  - 7.2.3 企业竞争优势分析
  - 7.2.4 企业经营状况分析
  - 7.2.5 企业最新发展动态
- 7.3 数字营销公司竞争力分析
  - 7.3.1 企业发展基本情况
  - 7.3.2 企业主要产品分析
  - 7.3.3 企业竞争优势分析
  - 7.3.4 企业经营状况分析
  - 7.3.5 企业最新发展动态
- 7.4 数字营销公司竞争力分析
  - 7.4.1 企业发展基本情况
  - 7.4.2 企业主要产品分析
  - 7.4.3 企业竞争优势分析
  - 7.4.4 企业经营状况分析
  - 7.4.5 企业最新发展动态
- 7.5 数字营销公司竞争力分析
  - 7.5.1 企业发展基本情况
  - 7.5.2 企业主要产品分析
  - 7.5.3 企业竞争优势分析
  - 7.5.4 企业经营状况分析
  - 7.5.5 企业最新发展动态
- 7.6 数字营销公司竞争力分析
  - 7.6.1 企业发展基本情况
  - 7.6.2 企业主要产品分析
  - 7.6.3 企业竞争优势分析
  - 7.6.4 企业经营状况分析

- 7.6.5 企业最新发展动态
- 7.7 数字营销公司竞争力分析
  - 7.7.1 企业发展基本情况
  - 7.7.2 企业主要产品分析
  - 7.7.3 企业竞争优势分析
  - 7.7.4 企业经营状况分析
  - 7.7.5 企业最新发展动态
- 7.8 数字营销公司竞争力分析
  - 7.8.1 企业发展基本情况
  - 7.8.2 企业主要产品分析
  - 7.8.3 企业竞争优势分析
  - 7.8.4 企业经营状况分析
  - 7.8.5 企业最新发展动态
- 7.9 数字营销公司竞争力分析
  - 7.9.1 企业发展基本情况
  - 7.9.2 企业主要产品分析
  - 7.9.3 企业竞争优势分析
  - 7.9.4 企业经营状况分析
  - 7.9.5 企业最新发展动态

## 第八章 2019-2025年中国数字营销行业发展前景及趋势预测

- 8.1 2019-2025年中国数字营销市场发展前景
  - 8.1.1 2019-2025年数字营销市场发展潜力
  - 8.1.2 2019-2025年数字营销市场发展前景展望
  - 8.1.3 2019-2025年数字营销细分行业发展前景分析
- 8.2 2019-2025年中国数字营销市场发展趋势预测
  - 8.2.1 2019-2025年数字营销行业发展趋势
  - 8.2.2 2019-2025年数字营销行业应用趋势预测
  - 8.2.3 2019-2025年细分市场发展趋势预测
- 8.3 2019-2025年中国数字营销市场影响因素分析
  - 8.3.1 2019-2025年数字营销行业发展有利因素
  - 8.3.2 2019-2025年数字营销行业发展不利因素



### 8.3.3 2019-2025年数字营销行业进入壁垒分析

## 第九章 2019-2025年中国数字营销行业投资机会分析

### 9.1 数字营销行业投资现状分析

#### 9.1.1 数字营销行业投资规模分析

#### 9.1.2 数字营销行业投资资金来源构成

#### 9.1.3 数字营销行业投资项目建设分析

#### 9.1.4 数字营销行业投资资金用途分析

#### 9.1.5 数字营销行业投资主体构成分析

### 9.2 数字营销行业投资机会分析

#### 9.2.1 数字营销行业产业链投资机会

#### 9.2.2 数字营销行业细分市场投资机会

#### 9.2.3 数字营销行业重点区域投资机会

#### 9.2.4 数字营销行业产业发展的空白点分析

## 第十章 2019-2025年中国数字营销行业投资风险预警

### 10.1 数字营销行业风险识别方法分析

#### 10.1.1 专家调查法

#### 10.1.2 故障树分析法

#### 10.1.3 敏感性分析法

#### 10.1.4 情景分析法

#### 10.1.5 核对表法

#### 10.1.6 主要依据

### 10.2 数字营销行业风险评估方法分析

#### 10.2.1 敏感性分析法

#### 10.2.2 项目风险概率估算方法

#### 10.2.3 决策树

#### 10.2.4 专家决策法

#### 10.2.5 层次分析法

#### 10.2.6 对比及选择

### 10.3 数字营销行业投资风险预警

#### 10.3.1 2019-2025年数字营销行业市场风险预测

- 10.3.2 2019-2025年数字营销行业政策风险预测
- 10.3.3 2019-2025年数字营销行业经营风险预测
- 10.3.4 2019-2025年数字营销行业技术风险预测
- 10.3.5 2019-2025年数字营销行业竞争风险预测
- 10.3.6 2019-2025年数字营销行业其他风险预测

## 第十一章 2019-2025年中国数字营销行业投资策略建议

- 11.1 提高数字营销企业竞争力的策略
  - 11.1.1 提高中国数字营销企业核心竞争力的对策
  - 11.1.2 数字营销企业提升竞争力的主要方向
  - 11.1.3 影响数字营销企业核心竞争力的因素及提升途径
  - 11.1.4 提高数字营销企业竞争力的策略
- 11.2 对我国数字营销品牌的战略思考
  - 11.2.1 数字营销品牌的重要性
  - 11.2.2 数字营销实施品牌战略的意义
  - 11.2.3 数字营销企业品牌的现状分析
  - 11.2.4 我国数字营销企业的品牌战略
  - 11.2.5 数字营销品牌战略管理的策略
- 11.3 数字营销行业建议
  - 11.3.1 行业发展策略建议
  - 11.3.2 行业投资方向建议
  - 11.3.3 行业投资方式建议

## 图表目录

- 图表：数字营销产业链分析
- 图表：数字营销上游供应分布
- 图表：数字营销下游需求领域
- 图表：数字营销行业生命周期
- 图表：2016-2018年数字营销行业市场规模分析
- 图表：2019-2025年数字营销行业市场规模预测
- 图表：2016-2018年中国数字营销行业供给规模分析
- 图表：2019-2025年中国数字营销行业供给规模预测

图表：2016-2018年中国数字营销行业需求规模分析

图表：2019-2025年中国数字营销行业需求规模预测

图表：2016-2018年中国数字营销行业企业数量情况

图表：2016-2018年中国数字营销行业企业竞争结构

图表：2015-2018年国内生产总值及其增长速度

图表：2015-2018年居民消费价格涨跌幅度

图表：2018年居民消费价格比上年涨跌幅度

图表：2015-2018年固定资产投资及其增长速度

图表：2015-2018年社会消费品零售总额及其增长速度

图表：2018年人口数及其构成

图表：2016-2018年农村居民收入及其增长速度

图表：2016-2018年城镇居民可支配收入及其增长速度

图表：中国数字营销行业发展趋势预测

略&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/tongxun/F29847PIFV.html>