

# 2022-2028年中国AI+营 销市场分析与市场运营趋势报告

## 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

《2022-2028年中国AI+营销市场分析与市场运营趋势报告》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/ruanjian/S57750M93I.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

AI+营销的本质是在人工智能的基础上，通过机器学习、自然语言处理及知识图谱等相关技术，对数据处理、内容投放以及效果监测等营销关键环节进行赋能，优化投放策略、增强投放针对性。其核心为帮助营销行业节约成本、提高效率、挖掘更多营销渠道。

随着国内人工智能技术的不断发展，AI+营销行业应用市场规模不断扩大，从2015年的2.7亿元增长到了2019年的189.2亿元，近几年我国AI+营销行业市场规模情况如下图所示

：2015-2019年中国AI+营销市场规模

资料来源：智研数据研究中心整理

智研数据研究中心发布的《2022-2028年中国AI+营销市场分析与市场运营趋势报告》共八章。首先介绍了AI+营销相关概念及发展环境，接着分析了中国AI+营销规模及消费需求，然后对中国AI+营销市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国AI+营销面临的机遇及发展前景。您若想对中国AI+营销有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

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

#### 1.1 AI+营销行业发展现状

##### 1.1.1 AI+营销发展历程

##### 1.1.2 AI+营销发展现状

##### 1.1.3 AI+营销发展规模

##### 1.1.4 AI+营销发展特点

##### 1.1.5 AI+营销发展趋势

##### 1.1.6 AI+营销发展前景

#### 1.2 AI+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
  - 1.3.3 IT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 危机公关营销应用现状分析
  - 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

- 8.1 AI+营销发展趋势分析
  - 8.1.1 AI+营销政策走向研判
  - 8.1.2 AI+营销模式发展趋势
  - 8.1.3 AI+营销市场发展趋势
  - 8.1.4 AI+营销未来竞争走向
- 8.2 AI+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 AI+营销市场规模预测
  - 8.2.3 AI+营销子行业发展预测
  - 8.2.4 各类产品AI+营销前景预测
- 8.3 AI+营销投资前景预测
  - 8.3.1 AI+营销进入壁垒分析
  - 8.3.2 AI+营销投资风险分析
  - 8.3.3 AI+营销投资可行性分析
  - 8.3.4 AI+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

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/ruanjian/S57750M93I.html>