

2021-2026年中国数字营销市场竞争格局及投资战略 规划报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2021-2026年中国数字营销市场竞争格局及投资战略规划报告》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/tmt/735180.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

数字营销是使用数字传播渠道来推广产品和服务的实践活动，从而以一种及时，相关，定制化和节省成本的方式与消费者进行沟通。数字营销包含了很多互联网营销（网络营销）中的技术与实践。数字营销的范围要更加广泛，还包括了很多其它不需要互联网的沟通渠道。因此，数字营销的领域就涵盖了一整套元素，如：手机，短信/彩信，显示/横幅广告以及数字户外广告等。

随着互联网的普及与整体网民用户规模的增长，近年来我国数字营销行业市场规模也稳步攀升。据统计，2020年我国数字营销市场规模为818.2亿元，同比增长25.39%，年均复合增长率为22.01%；预计到2021年中国数字营销市场规模将突破千亿元，达到1008亿元。

2017-2021年中国数字营销市场规模及增速

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数字营销行业专业术语介绍

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

第2章：中国数字营销行业宏观环境分析（PEST）

2.1中国数字营销行业政策（Policy）环境分析

2.1.1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

2.1.2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）数字营销现行标准汇总

（3）数字营销即将实施标准

- (4) 数字营销重点标准解读
- 2.1.3 数字营销行业发展相关政策规划汇总及解读
 - (1) 数字营销行业发展相关政策汇总
 - (2) 数字营销行业发展相关规划汇总
- 2.1.4 国家“十四五”规划对数字营销行业发展的影响分析
- 2.2 中国数字营销行业经济 (Economy) 环境分析
 - 2.2.1 中国宏观经济发展现状
 - 2.2.2 中国宏观经济发展展望
 - 2.2.3 中国数字营销行业发展与宏观经济相关性分析
- 2.3 中国数字营销行业社会 (Society) 环境分析
- 2.4 中国数字营销行业技术 (Technology) 环境分析
- 第3章：全球数字营销行业发展现状及趋势前景预判
 - 3.1 全球数字营销行业发展历程
 - 3.2 全球 (除中国外) 数字营销行业宏观环境分析
 - 3.2.1 全球 (除中国外) 数字营销行业经济环境分析
 - 3.2.2 全球 (除中国外) 数字营销行业政治法律环境分析
 - 3.2.3 全球 (除中国外) 数字营销行业技术环境分析
 - 3.3 全球数字营销行业发展现状及市场规模测算
 - 3.4 全球主要经济体数字营销市场研究
 - 3.5 全球数字营销行业市场竞争格局及企业案例分析
 - 3.5.1 全球数字营销行业市场竞争格局
 - 3.5.2 全球数字营销企业兼并重组状况
 - 3.5.3 全球数字营销行业代表性企业布局案例
 - 3.6 全球数字营销行业发展趋势及市场前景预测
 - 3.6.1 全球数字营销行业发展趋势预判
 - 3.6.2 全球数字营销行业市场前景预测
- 第4章：中国数字营销产业链梳理及上游布局状况
 - 4.1 中国数字营销行业发展历程介绍
 - 4.2 中国数字营销产业结构属性 (产业链)
 - 4.2.1 数字营销产业链结构梳理
 - 4.2.2 数字营销产业链生态图谱
 - 4.3 中国数字营销产业价值属性 (价值链)
 - 4.3.1 数字营销行业成本结构分析
 - 4.3.2 数字营销行业价值链分析
 - 4.4 中国数字营销行业上游广告主市场需求分析

4.5中国数字营销行业上游广告投放代理市场分析

第5章：中国数字营销行业工具&平台&技术支持市场分析

5.1中国数字营销行业工具&平台&技术支持市场结构

5.2中国数字营销行业工具、平台支持市场分析

5.2.1需求方平台（DSP）市场分析

5.2.2供应方平台（SSP）市场分析

5.2.3广告交易平台（ADX）市场分析

5.2.4数据管理平台（DMP）市场分析

5.2.5广告网络（ADN）市场分析

5.2.6采购交易平台（Trading Desk）市场分析

5.3中国数字营销第三方技术支持市场分析

5.3.1中国程序化创意（Programmatic creative）及程序化交易技术支持分析

5.3.2中国数字营销行业大数据、云计算技术支持分析

5.3.3中国数字营销第三方广告监测市场分析

第6章：中国数字营销行业投放平台及营销形式发展分析

6.1中国数字营销行业投放平台及营销形式概述

6.2中国数字营销行业分终端营销市场概况

6.3中国搜索引擎营销（PC端及移动端等）市场发展分析

6.4中国直效营销（电商/本地生活等平台）市场发展分析

6.5中国社会化营销（社交/短视频/直播等平台）市场发展分析

6.6中国程序化广告市场发展分析

第7章：中国数字营销行业市场规模测算及应用领域分析

7.1中国数字营销广告方案策划与执行市场概况

7.2中国数字营销行业市场规模测算

7.3中国数字营销行业主要应用行业领域分布

在应用领域方面，自消费品领域是我国数字营销主要需求领域，占比为33.8%；其次是互联网领域，需求占比为30.5%；然后是地产领域，占比为13.1%；汽车、金融、医药领域需求占比分别为5.5%、4.8%；3.1%。

2020年中国数字营销应用领域占比

7.4中国汽车行业数字营销发展状况及案例研究

7.5中国食品饮料行业数字营销发展状况及案例研究

7.6中国美妆行业数字营销发展状况及案例研究

第8章：中国数字营销行业市场竞争状况及经营效益分析

8.1中国数字营销行业投融资、兼并与重组状况

8.1.1中国数字营销行业投融资发展状况

- (1) 数字营销行业资金来源
- (2) 数字营销投融资主体
- (3) 数字营销投融资方式
- (4) 数字营销投融资事件汇总
- (5) 数字营销投融资信息汇总
- (6) 数字营销投融资趋势预测

8.1.2中国数字营销行业兼并与重组状况

8.2中国数字营销所属行业市场竞争格局分析

8.3中国数字营销所属行业市场集中度分析

8.4中国数字营销所属行业经营效益分析

8.4.1中国数字营销所属行业营收状况

8.4.2中国数字营销所属行业利润水平

8.4.3中国数字营销所属行业成本管控

8.5中国数字营销行业市场痛点分析

第9章：中国数字营销行业代表性企业布局案例研究

9.1中国数字营销行业代表性企业布局对比

9.2中国数字营销行业代表性企业布局案例

9.2.1阿里巴巴网络技术有限公司

- (1) 企业发展历程及基本信息
- (2) 企业发展运营状况
- (3) 企业业务类型及产品/服务详情
- (4) 企业产业链布局状况
- (5) 企业业务规划布局动态
- (6) 企业业务布局优劣势分析

9.2.2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) 企业业务类型及产品/服务详情
- (4) 企业产业链布局状况
- (5) 企业业务规划布局动态
- (6) 企业布局优劣势分析

9.2.3京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) 企业业务类型及产品/服务详情

(4) 企业产业链布局状况

(5) 企业业务规划布局动态

(6) 企业布局优劣势分析

9.2.4字节跳动有限公司

(1) 企业发展历程及基本信息

(2) 企业发展运营状况

(3) 企业业务类型及产品/服务详情

(4) 企业产业链布局状况

(5) 企业业务规划布局动态

(6) 企业布局优劣势分析

9.2.5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) 企业业务类型及产品/服务详情

(4) 企业产业链布局状况

(5) 企业业务规划布局动态

(6) 企业布局优劣势分析

9.2.6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) 企业业务类型及产品/服务详情

(4) 企业产业链布局状况

(5) 企业业务规划布局动态

(6) 企业布局优劣势分析

9.2.7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) 企业业务类型及产品/服务详情

(4) 企业产业链布局状况

(5) 企业业务规划布局动态

(6) 企业布局优劣势分析

9.2.8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) 企业业务类型及产品/服务详情

(4) 企业产业链布局状况

(5) 企业业务规划布局动态

(6) 企业布局优劣势分析

9.2.9 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) 企业业务类型及产品/服务详情

(4) 企业产业链布局状况

(5) 企业业务规划布局动态

(6) 企业布局优劣势分析

9.2.10 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) 企业业务类型及产品/服务详情

(4) 企业产业链布局状况

(5) 企业业务规划布局动态

(6) 企业布局优劣势分析

第10章：中国数字营销行业发展潜力评估及市场前景预判

10.1 中国数字营销产业链布局诊断

10.2 中国数字营销行业SWOT分析

10.3 中国数字营销行业发展潜力评估

10.4 中国数字营销行业发展前景预测

10.5 中国数字营销行业发展趋势预判

第11章：中国数字营销行业投资机会与策略建议

11.1 中国数字营销行业投资风险预警及防范(AK HZQ)

11.1.1 数字营销行业政策风险及防范

11.1.2 数字营销行业技术风险及防范

11.1.3 数字营销行业宏观经济波动风险及防范

11.1.4 数字营销行业关联产业风险及防范

11.1.5 数字营销行业其他风险及防范

11.2 中国数字营销行业市场进入壁垒分析

11.2.1 数字营销行业人才壁垒

11.2.2 数字营销行业技术壁垒

11.2.3 数字营销行业资金壁垒

11.2.4数字营销行业其他壁垒

11.3中国数字营销行业投资价值评估

11.4中国数字营销行业投资机会分析

11.4.1数字营销行业产业链薄弱环节投资机会

11.4.2数字营销行业细分领域投资机会

11.4.3数字营销行业区域市场投资机会

11.4.4数字营销产业空白点投资机会

11.5中国数字营销行业投资策略与建议

11.6中国数字营销行业可持续发展建议

图表目录：

图表1：国家统计局对数字营销行业的定义与归类

图表2：本报告研究范围界定

图表3：本报告的主要数据来源及统计标准说明

图表4：数字营销行业主管部门

图表5：数字营销行业自律组织

图表6：截至2020年数字营销行业标准汇总

图表7：截至2020年数字营销行业发展政策汇总

图表8：截至2020年数字营销行业发展规划汇总

图表9：全球数字营销行业发展趋势预判

图表10：2021-2026年数字营销行业市场前景预测

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/channel/tmt/735180.html>