

# 2024-2030年中国网络营销行业市场调查研究及投资潜力预测报告

报告大纲

## 一、报告简介

华经情报网发布的《2024-2030年中国网络营销行业市场调查研究及投资潜力预测报告》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/internet/1005977.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

《2024-2030年中国网络营销行业市场调查研究及投资潜力预测报告》由华经产业研究院研究团队精心研究编制，对网络营销行业发展环境、市场运行现状进行了具体分析，还重点分析了行业竞争格局、重点企业的经营现状，结合网络营销行业的发展轨迹和实践经验，对未来几年行业的发展趋向进行了专业的预判；为企业、科研、投资机构等单位投资决策、战略规划、产业研究提供重要参考。

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家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 网络营销相关概述

#### 第一节 网络营销

##### 一、网络营销特点

##### 二、网络营销体系结构

##### 三、网络营销与电子商务

#### 第二节 网络营销基础

##### 一、直复营销理论

##### 二、网络关系营销论

##### 三、软营销理论

##### 四、网络整合营销

### 第二章 2023年中国网络营销环境分析

#### 第一节 企业内部环境

#### 第二节 供应者

#### 第三节 营销中介

#### 第四节 顾客或用户

#### 第五节 竞争者

### 第三章 2023年中国网络营销现状研究

#### 第一节 2023年中国网络营销发展与演进

#### 第二节 2023年中国网络营销现状分析

### 第三节 2023年中国网络营销深度研究

## 第四章 2023年中国网络营销竞争分析

### 第一节 中国网络营销SWOT分析

### 第二节 中国网络营销竞争原则

### 第三节 中国网络营销竞争战略分析

## 第五章 2023年中国网络营销推广模式及发展技巧分析

### 第一节 2023年中国网络营销推广模式研究

#### 一、网络推广的特点

#### 二、网络营销的优势与弊端

#### 三、营销方案制定思路

#### 四、现今网络营销工具

### 第二节 2023年中国网络营销推广模式研究

#### 一、搜索引擎营销

#### 二、交换链接

#### 三、网络广告

#### 四、信息发布

#### 五、博客营销

#### 六、个性化营销

#### 七、会员制营销

#### 八、网上商店

#### 九、病毒性营销

#### 十、网络视频营销

#### 十一、论坛营销

#### 十二、WIKI营销

#### 十三、网络营销联盟

#### 十四、竞价推广

#### 十五、电子书营销

#### 十六、事件营销

#### 十七、视频营销

#### 十八、品牌营销

#### 十九、整合营销

#### 二十、IM工具营销

#### 二十一、微博营销

### 第三节 网站营销推广步骤

- 一、营销方案制定思路
- 二、现今网络营销工具
- 三、网络营销策略
- 四、网络营销策划

## 第六章 2023年中国网络营销细分领域分析

### 第一节 门户类媒体

- 一、传播方式
- 二、投放模式
- 三、商业传播价值分析
- 四、门户类媒体受众分析
- 五、门户类媒体最佳使用实践分析
- 六、主力企业评价

(1) 新浪

(2) 搜狐

### 第二节 搜索引擎类媒体

- 一、传播方式
- 二、投放模式
- 三、商业传播价值分析
- 四、门户类媒体受众分析
- 五、门户类媒体最佳使用实践分析
- 六、主力企业评价

(1) 百度

(2) 谷歌

### 第三节 社区类媒体

- 一、传播方式
- 二、投放模式
- 三、商业传播价值分析
- 四、门户类媒体受众分析
- 五、门户类媒体最佳使用实践分析
- 六、主力企业评价

(1) 天涯网

### 第四节 博客类媒体

- 一、传播方式

## 二、投放模式

## 三、商业传播价值分析

## 四、门户类媒体受众分析

## 五、门户类媒体最佳使用实践分析

### (1) 新浪博客

## 第五节 视频类媒体

### 一、传播方式

### 二、投放模式

### 三、商业传播价值分析

### 四、门户类媒体受众分析

### 五、门户类媒体最佳使用实践分析

### 六、主力企业评价

## 第七章 2023年中国网络营销企业需求研究

### 第一节 企业网络营销预算

### 第二节 企业网络营销媒介认可度

### 第三节 企业对网络营销效果的评价

## 第八章 企业网络营销策略分析

### 第一节 企业百科推广策略

### 第二节 企业B2C网站运营策略研究

### 第三节 中小企业B2B平台推广策略

### 第四节 企业网站优化策略研究

### 第五节 电子信息百强企业网络营销研究

#### 一、电子信息百强企业研究背景与研究方法

#### 二、电子信息企业网站基本要素分析

#### 三、电子信息百强企业电子商务度分析

#### 四、电子信息百强企业网站可信度分析

#### 五、电子信息百强企业网络品牌分析

#### 六、电子信息百强企业网络推广分析

#### 七、电子信息百强企业网络品牌误区分析

## 第九章 2024-2030年网络营销市场发展预测

### 第一节 2024-2030年网络营销市场规模预测

### 第二节 2024-2030年网络营销市场结构预测

一、行业结构

二、营销媒介结构

第十章 2024-2030年中国网络营销市场趋势分析

第一节 市场环境

第二节 产品与服务

第三节 技术

第四节 媒介渠道

图表目录：

图表：门户类媒体投放模式表

图表：搜索引擎类媒体投放模式表

图表：博客类媒体投放模式表

图表：社区类媒体投放模式表

图表：视频类媒体投放模式表

图表：2023年中国网络营销市场规模

图表：2023年中国门户类媒体受众性别结构

图表：2023年中国门户类媒体受众年龄结构

图表：2023年中国门户类媒体受众学历结构

图表：2023年中国门户类媒体受众收入结构

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/channel/internet/1005977.html>