

# 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>