

2024-2030年中国数字营销 市场监测及投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2024-2030年中国数字营销市场监测及投资前景研究报告》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.bosidata.com/report/S027166YS6.html>

【报告价格】纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

【出版日期】2026-06-26

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2024-2030年中国数字营销市场监测及投资前景研究报告》介绍了数字营销行业相关概述、中国数字营销产业运行环境、分析了中国数字营销行业的现状、中国数字营销行业竞争格局、对中国数字营销行业做了重点企业经营状况分析及中国数字营销产业发展前景与投资预测。您若想对数字营销产业有个系统的了解或者想投资数字营销行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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）数字营销现行标准汇总（2）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2.1.5 “碳中和、碳达峰”愿景对数字营销行业的影响分析2.1.6 政策环境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评估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趋势分析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趋势分析

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 中国数字营销产业产业链分析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 中国美妆个护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8.2 中国数字营销行业市场竞争格局分析8.3 中国数字营销行业市场集中度分析8.4 中国数字营销行业经营效益分析8.4.1 中国数字营销行业营收状况8.4.2 中国数字营销行业利润水平8.4.3 中国数字营销行业成本管控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）企业发展发展现状（3）企业数字营销业务类型及产品/服务详情（4）企业数字营销产业链布局状况（5）企业数字营销业务规划布局动态（6）企业数字营销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）企业发展发展现状（3）企业数字营销业务类型及产品/服务详情（4）企业数字营销产业链布局状况（5）企业数字营销业务规划布局动态（6）企业数字营销布局优劣势分析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）企业发展发展现状（3）企业数字营销业务类型及产品/服务详情（4）企业数字营销产业链布局状况（5）企业数字营销业务规划布局动态（6）企业数字营销布局优劣势分析9.2.4 字节跳动有限公司（1）企业发展历程及基本信息（2）企业发展发展现状（3）企业数字营销业务类型及产品/服务详情（4）企业数字营销产业链布局状况（5）企业数字营销业务规划布局动态（6）企业数字营销布局优劣势分析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）企业发展发展现状（3）企业数字营销业务类型及产品/服务详情（4）企业数字营销产业链布局状况（5）企业数字营销业务规划布局动态（6）企业数字营销布局优劣势分析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）企业发展发展现状（3）企业数字营销业务类型及产品/服务详情（4）企业数字营销产业链布局状况（5）企业数字营销业务规划布局动态

(6) 企业数字营销布局优劣势分析

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) 企业发展现状 (3) 企业数字营销业务类型及产品/服务详情 (4) 企业数字营销产业链布局状况 (5) 企业数字营销业务规划布局动态 (6) 企业数字营销布局优劣势分析

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) 企业发展现状 (3) 企业数字营销业务类型及产品/服务详情 (4) 企业数字营销产业链布局状况 (5) 企业数字营销业务规划布局动态 (6) 企业数字营销布局优劣势分析

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) 企业发展现状 (3) 企业数字营销业务类型及产品/服务详情 (4) 企业数字营销产业链布局状况 (5) 企业数字营销业务规划布局动态 (6) 企业数字营销布局优劣势分析

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) 企业发展现状 (3) 企业数字营销业务类型及产品/服务详情 (4) 企业数字营销产业链布局状况 (5) 企业数字营销业务规划布局动态 (6) 企业数字营销布局优劣势分析

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 中国数字营销行业趋势预测分析

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前景预警及防范

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前景研究与建议

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2023年数字营销行业标准汇总

图表7：截至2023年数字营销行业发展政策汇总

图表8：截至2023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10：2024-2030年数字营销行业市场趋势分析

图表11：数字营销产业链结构

图表12：数字营销产业链生态图谱

图表13：中国数字营销行业市场发展痛点分析

图表14：中国数字营销产业链代表性企业发展布局对比

图表15：中国数字营销行业发展潜力评估

图表16：2024-2030年中国数字营销行业市场趋势分析

图表17：2024-2030年中国数字营销行业市场容量/市场增长空间预测

图表18：中国数字营销行业发展趋势预测

图表19：中国数字营销行业市场进入与退出壁垒分析

图表20：中国数字营销行业市场投资价值评估

图表21：中国数字营销行业投资机会分析图

表22：中国数字营销行业投资前景研究与建议图表23：中国数字营销行业可持续发展建议更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.bosidata.com/report/S027166YS6.html>