

2025-2031年中国网络精准 营销市场环境影响与投资方向调整报告

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

《2025-2031年中国网络精准营销市场环境影响与投资方向调整报告》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/383827RKIO.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】2026-06-25

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：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: 《2025-2031年中国网络精准营销市场环境影响与投资方向调整报告》由权威行业研究机构博思数据精心编制,全面剖析了中国网络精准营销市场的行业现状、竞争格局、市场趋势及未来投资机会等多个维度。本报告旨在为投资者、企业决策者及行业分析师提供精准的市场洞察和投资建议,规避市场风险,全面掌握行业动态。

第一章网络精准营销的相关概念界定第一节 网络营销的定义及分类一、网络营销的定义二、网络营销的分类第二节 网络精准营销的定义一、精准营销的定义及特点二、网络精准营销的定义三、网络精准营销的特点第三节 大数据时代下精准营销的演变一、IP小时代下的双向互联网精准营销二、精准营销——大数据唯一商业化应用途径三、互联网精准营销盛宴全面开启四、移动互联时代下广告的“质变”第二章网络精准营销的发展背景分析第一节 网络精准营销发展的社会背景一、参与性时代到来,消费者合作化趋势增强二、移动端网民规模迅猛增长,上网时长不断增加三、大传媒格局改变,移动广告行业快速发展第二节 网络精准营销发展的商业背景一、世界营销理念的变革及营销3.0革命(1)世界营销理念的变迁(2)营销3.0革命的出现1)协同创新2)社区化3)特征塑造二、移动电商市场规模迅猛增长三、传统行业与移动互联网的融合步伐加快第三节 网络精准营销发展的技术背景一、5G的接入及其商业价值(1)5G网络通信技术的优点(2)中国5G网络通信技术应用现状1)中国5G基站建设情况2)中国5G网络的覆盖率3)中国5G用户规模分析(3)5G网络通信技术带来的商业变革1)速率和用户体验的推动整个移动互联网行业的创新发展2)成本降低将会使得移动互联网渗透率更高3)智能化的发展将会促使企业的商业模式和商业活动发生颠覆性创新变革二、大数据的发展及带来的商业价值(1)大数据的定义和发展现状(2)大数据发展带来的商业价值三、LBS技术的发展及其带来的商业价值(1)LBS位置服务技术发展现状(2)LBS技术带来的商业价值1)LBS的商业价值应用方向2)基于LBS的移动互联网的应用模式四、手机二维码技术的发展及其带来的商业价值(1)手机二维码的定义及应用模式(2)手机二维码技术带来的商业价值1)将优惠券等促销凭证制作成二维码2)使用二维码支付3)使用二维码实现资讯阅读的延伸4)二维码管理生产,质量监控有保障第三章网络精准营销的产业背景分析第一节 互联网广告发展现状分析一、互联网广告市场规模分析二、互联网广告市场结构分析(1)按形式划分(2)按网站类型(3)按收费方式三、互联网广告投放主要行业四、移动互联网广告市场分析(1)移动互联网广告发展历程(2)移动互联网广告评价指标(3)移动互联网广告产业链日益完善(4)移动互联网广告盈利模式(5)移动互联网广告市场规模(6)移动程序化购买产业链正在快速完善第二节 互联网广告行业竞争分析一、互联网广告行业竞争概况二、互联网广告与传统媒体广告的竞争(1)互联网与传统媒体广告规模对比(2)互

联网与传统媒体广告效果对比 (3) 互联网与传统媒体广告自适性分析 (4) 互联网与传统媒体广告发展速度对比三、互联网广告市场内部竞争分析 (1) 互联网广告市场竞争格局分析 (2) 互联网广告市场竞争格局分析 (3) 互联网广告市场产业链分析第三节 互联网广告细分领域分析一、展示类互联网广告二、关键字搜索广告三、在线视频广告四、搜索引擎广告五、门户网站广告第四章网络精准营销的发展现状分析第一节 细化、平合化是箱准营销产业链变迁主流一、程序化购买大风起二、需求方与供给方——两极化战略三、中间方——平合化产业链融合战略第二节 移动精准营销四维度、三主线立体逻辑一、基于互联网巨头的精准营销四维评价体系二、BAT寡占下的精准营销产业链三大投资逻辑第三节 网络精准营销发展现状分析一、网络精准营销发展历程二、网络精准营销市场规模三、网络精准营销需求分析四、网络精准营销表现形式五、网络精准营销现存问题分析六、网络精准营销主要对策分析第四节 网络精准营销RTB系统分析一、RTB相关概述 (1) RTB介绍 (2) RTB产业链分析 (3) RTB交易流程 (4) RTB营销优势二、RTB发展现状 (1) 全球RTB发展规模分析 (2) 中国RTB发展规模分析 (3) 国内RTB生态圈：分工尚不明确三、RTB产业链布局四、RTB面临的机遇和挑战第五章主要网络精准营销推广模式分析第一节 搜索引擎精准营销一、搜索引擎精准营销价值分析二、搜索引擎精准营销现状分析三、搜索引擎精准营销推广模式四、搜索引擎精准营销优秀案例第二节 微信精准营销一、微信精准营销价值分析二、微信精准营销现状分析三、微信精准营销推广模式四、微信精准营销优秀案例第三节 微博精准营销一、微博精准营销价值分析二、微博精准营销现状分析三、微博精准营销推广模式四、微博精准营销优秀案例第四节 电商精准营销一、电商精准营销价值分析二、电商精准营销现状分析三、电商精准营销推广模式四、电商精准营销优秀案例第五节 知识型精准营销一、知识型精准营销价值分析二、知识型精准营销现状分析三、知识型精准营销推广模式四、知识型精准营销优秀案例第六节 富媒体精准营销一、富媒体精准营销价值分析二、富媒体精准营销现状分析三、富媒体精准营销推广模式四、富媒体精准营销优秀案例第七节 电子邮件精准营销一、电子邮件精准营销价值分析二、电子邮件精准营销现状分析三、电子邮件精准营销推广模式四、电子邮件精准营销优秀案例第六章网络精准营销重点企业分析第一节 优蜜移动一、企业简介二、企业经营状况及竞争力分析第二节 银橙传媒一、企业简介二、企业经营状况及竞争力分析第三节 哇棒传媒一、企业简介二、企业经营状况及竞争力分析第四节 道有道一、企业简介二、企业经营状况及竞争力分析第五节 璧合科技一、企业简介二、企业经营状况及竞争力分析第六节 拓尔思一、企业简介二、企业经营状况及竞争力分析第七节 利欧股份一、企业简介二、企业经营状况及竞争力分析第八节 腾信股份一、企业简介二、企业经营状况及竞争力分析第九节 天龙集团一、企业简介二、企业经营状况及竞争力分析第十节 华谊嘉信一、企业简介二、企业经营状况及竞争力分析图表目录图表1：网络营销的分类图表2：精准营销

的定义图表3：精准营销与传统营销的对比图表4：网络精准营销的定义图表5：网络精准营销的特点图表6：大数据行业应用图谱图表7：企业运营的大数据价值金字塔图表8：表达性社交媒体和合作性社会媒体的特点更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.bosidata.com/report/383827RKIO.html>