中国互联网现状调查与发展策略分析报告2021-2026年

产品名称	中国互联网现状调查与发展策略分析报告2021-2 026年
公司名称	北京中研智业信息咨询有限公司
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	北京市朝阳区北苑东路19号院4号楼27层2708(注册地址)
联系电话	010-57126768 15263787971

产品详情

中国互联网现状调查与发展策略分析报告2021-2026年【报告编号】: 329300【出版时间】:

2021年3月【出版机构】: 中研智业研究院【交付方式】: EMIL电子版或特快专递

【报告价格】:【纸质版】:6500元【电子版】:6800元【纸质+电子】:7000元【报告来源】:

http://www.zvzvviv.com/baogao/329300.html

【报告目录】

第1章:中国互联网行业发展现状分析1.1 互联网行业发展分析1.1.1

中国互联网各项指标发展情况(1)互联网基础资源状况(2)网民规模(3)网民结构特征1.1.2中国电子商务行业发展现状与趋势分析(1)中国电子商务行业发展概述(2)中国电子商务行业发展规模1)网购用户规模2)电子商务规模3)网络零售市场交易规模4)移动网购市场(3)中国电子商务行业发展趋势及前景预测1)中国电子商务行业发展趋势2)中国电子商务行业前景预测1.2

互联网营销行业发展现状1.2.1 互联网营销发展历程1.2.2 互联网营销发展现状1.2.3

互联网营销发展规模1.2.4 互联网营销发展特点1.2.5 互联网营销发展趋势(1)内容营销将空前壮大(2)社交媒体营销需要多样性(3)以图像为中心的内容大行其道(4)事以简为上(5)对移动平台友好的内容将必不可少(6)广告重定向将提高效率(7)搜索引擎优化和社交网络信号将更紧密地融合1.2.6互联网营销发展前景1.3 互联网营销细分市场发展分析1.3.1 垂直类门户网站网络营销发展分析1.3.2

社区类互动营销发展分析1.3.3 搜索引擎类(SEM)营销分析1.3.4 微博微信类营销发展分析1.3.5

视频类网络媒体营销分析1.3.6 广告联盟类营销发展分析1.3.7 网络公关营销发展分析1.3.8

网吧客户端营销发展分析1.4主要行业互联网营销发展分析1.4.1 网络服务行业互联网营销发展分析1.4.2

交通行业互联网营销发展分析1.4.3 IT行业互联网营销发展分析1.4.4 房地产行业互联网营销发展分析1.4.5

服装行业互联网营销发展分析1.4.6 食品饮料行业互联网营销发展分析1.4.7

金融服务业互联网营销发展分析1.4.8通讯服务业互联网营销发展分析1.4.9

消费电子行业互联网营销发展分析1.4.10 售服务业互联网营销发展分析1.4.11

化妆浴室用品行业互联网营销发展分析1.4.12 医疗服务业互联网营销发展分析1.4.13

教育培训业互联网营销发展分析1.4.14 娱乐休闲业互联网营销发展分析1.4.15

```
家居装饰业互联网营销发展分析第2章:企业进入互联网的战略选择分析2.1
企业自建互联网营销平台分析2.1.1 自建平台意义分析2.1.2 自建平台资金投入分析2.1.3
自建平台其他投入分析2.1.4 自建平台典型案例分析2.1.5 自建平台经验总结与建议2.2
企业借助三方平台分析2.2.1 第三方平台选择误区分析2.2.2 第三方平台选择案例分析2.2.3 第三方平台选择
经验借鉴(1)规模平台选择(2)广告持久度平台选择(3)供求同信息服务平台选择(4)行业咨询服
务平台选择(5)招商加盟服务平台选择(6)项目外包服务平台选择(7)在线服务为主的平台选择(8
)技术社区服务平台选择2.2.4企业借助第三方平台经验总结与建议2.3新建平台配套设施建设分析2.3.1新
建平台计划制定建议(1)网络营销平台建设思路(2)网络营销平台定位(3)网络营销平台风格(4)
网络营销平台设计原则2.3.2 新建平台团队人员结构建议2.3.3 新建平台运作灵活性提升建议2.3.4
新建平台应对互联网变化建议第3章:企业互联网营销模式分析3.1 微信营销模式分析3.1.1
微信营销应用现状分析3.1.2 微信营销优劣势分析3.1.3 微信营销实施策略分析3.1.4
微信营销成功要素分析3.1.5 微信营销典型案例分析(1)企业基本信息分析(2)企业微信公众号分析(3
)公众号自定义菜单分析(4)企业微信运营策略分析3.2 微博营销模式分析3.2.1
微博营销应用现状分析3.2.2 微博营销优劣势分析(1)优势分析(2)劣势分析3.2.3
微博营销实施步骤分析3.2.4 微博营销成功要素分析3.2.5 微博营销典型案例分析(1)企业基本信息分析
(2)企业微博账号分析(3)微博背景设计策略(4)微博日常运营策略1)微博内容运营策略2)微博活
动开展策略3.3 口碑营销模式分析3.3.1 口碑营销应用现状分析3.3.2
口碑营销优劣势分析(1)优势分析(2)劣势分析3.3.3口碑营销实施步骤分析3.3.4
口碑营销成功要素分析3.3.5 口碑营销典型案例分析3.4 新闻营销模式分析3.4.1 新闻营销应用现状分析3.4.2
新闻营销误区分析3.4.3 新闻营销实施步骤分析3.4.4 新闻营销策略分析3.4.5 新闻营销典型案例分析3.5
事件营销模式分析3.5.1事件营销应用现状分析3.5.2事件营销优劣势分析3.5.3事件营销实施步骤分析3.5.4
事件营销成功要素分析3.5.5事件营销典型案例分析3.6 危机公关模式分析3.6.1 危机营销应用现状分析3.6.2
危机公关内容分析(1)危机意识(2)危机发现(3)危机控制3.6.3危机公关实施步骤分析3.6.4
危机公关原则分析3.6.5 危机公关典型案例分析3.7 电子商务营销模式分析3.7.1
电子商务营销应用现状分析3.7.2 电子商务营销优劣势分析3.7.3 电子商务营销实施步骤分析3.7.4
电子商务营销成功要素分析3.7.5 电子商务营销典型案例分析3.8 搜索引擎营销模式分析3.8.1
搜索引擎营销应用现状分析3.8.2 搜索引擎营销优劣势分析3.8.3 搜索引擎营销实施步骤分析3.8.4
搜索引擎营销成功要素分析3.8.5 搜索引擎营销典型案例分析第4章:互联网精 准营销分析4.1
目标客户群定位分析4.1.1目标客户大数据定位分析4.1.2目标客户地域定位分析4.1.3
目标客户行为习惯定位分析4.2 精 准营销广告投放分析4.2.1 CPM采购投放模式分析4.2.2 精
准营销广告考量要素分析(1)覆盖度考量分析(2)精
准度考量分析(3)渗透度考量分析(4)有效性考量分析4.2.3
广告投放决策分析(1)广告投放媒介分析(2)广告投放网站分析4.2.4广告投入模式分析(1)网幅广告
(2) 文本链接广告(3) 电子邮件广告(4) 赞助式广告(5) 与内容结合广告(6) 插播式广告(7) Rich
Media (8) EDM直投 (9) 定向广告 (10) 其他新型广告4.3 精 准营销效果评价体系建设分析4.3.1 效果评
价指标分析(1)整体营销费用(2)访问来源跟踪(3)访问停留时间(4)访问页面深度(5)邮件咨询
数(6)会员注册数(7)相关下载数(8)在线咨询数(9)电话咨询数(10)有效订单数4.3.2
效果评价指标权重分析第5章:针对不同产品的互联网营销策略分析5.1
工业品的互联网营销策略分析5.1.1 工业品网络营销特点分析5.1.2 工业品网络营销常见模式5.1.3
工业品网络营销存在问题分析5.1.4 工业品网络营销适合企业分析5.1.5 工业品网络营销典型案例分析5.1.6
工业品网络营销市场机会分析5.1.7 工业品网络营销投入成本分析5.1.8
工业品网络营销投资可行性分析5.1.9 工业品网络营销相关建议5.2 消费品的互联网营销策略分析5.2.1
消费品网络营销特点分析5.2.2 消费品网络营销常见模式5.2.3 消费品网络营销存在问题分析5.2.4
消费品网络营销适合企业分析5.2.5 消费品网络营销典型案例分析5.2.6 消费品网络营销市场机会分析5.2.7
消费品网络营销投入成本分析5.2.8 消费品网络营销投资可行性分析5.2.9 消费品网络营销相关建议5.3
服务类产品的互联网营销策略分析5.3.1 服务类产品网络营销特点分析5.3.2
服务类产品网络营销常见模式5.3.3 服务类产品网络营销存在问题分析5.3.4
服务类产品网络营销适合企业分析5.3.5 服务类产品网络营销典型案例分析5.3.6
服务类产品网络营销市场机会分析5.3.7 服务类产品网络营销投入成本分析5.3.8
服务类产品网络营销投资可行性分析5.3.9
服务类产品网络营销相关建议第6章:企业互联网营销推广策略分析6.1 平台优化推广策略分析6.1.1
```

```
平台优化推广策略简介6.1.2 平台优化推广适用情况6.1.3 平台优化推广成功要素6.1.4
平台优化推广典型案例6.1.5 平台优化推广经验总结6.2 关键字点击推广策略分析6.2.1
关键字点击推广策略简介6.2.2 关键字点击推广适用情况6.2.3 关键字点击推广成功要素6.2.4
关键字点击推广典型案例6.2.5 关键字点击推广经验总结6.3 付费推广策略分析6.3.1 付费推广策略简介6.3.2
付费推广适用情况6.3.3 付费推广成功要素6.3.4 付费推广典型案例6.3.5 付费推广经验总结6.4
平面推广策略分析6.4.1 平面推广策略简介6.4.2 平面推广适用情况6.4.3 平面推广成功要素6.4.4
平面推广典型案例6.4.5 平面推广经验总结6.5 隐性推广策略分析6.5.1 隐性推广策略简介6.5.2
隐性推广适用情况6.5.3 隐性推广成功要素6.5.4 隐性推广典型案例6.5.5 隐性推广经验总结6.6
人脉推广策略分析6.6.1 人脉推广策略简介6.6.2 人脉推广适用情况6.6.3 人脉推广成功要素6.6.4
人脉推广典型案例6.6.5 人脉推广经验总结6.7 品牌推广策略分析6.7.1 品牌推广策略简介6.7.2
品牌推广适用情况6.7.3 品牌推广成功要素6.7.4 品牌推广典型案例6.7.5
品牌推广经验总结第7章:互联网营销相关企业发展情况分析7.1 杭州索象营销策划有限公司7.1.1
企业基本情况简介7.1.2企业业务范围分析7.1.3企业主要客户分析7.1.4
企业典型项目分析(1)项目情况(2)营销推广策略7.1.5企业推广策略分析7.1.6企业zui新发展动向7.2
南京新雨恒网络科技有限公司7.2.1企业基本情况简介7.2.2企业业务范围分析7.2.3企业主要客户分析7.2.4
企业服务项目分析7.2.5 企业zui新发展动向7.3 上海鸣歌网络科技有限公司7.3.1 企业基本情况简介7.3.2
企业业务范围分析7.3.3企业服务产品分析7.3.4企业营销策略分析7.3.5企业服务优势分析7.4
北京口碑互动营销策划有限公司7.4.1企业基本情况简介7.4.2企业业务范围分析7.4.3
企业主要客户分析7.4.4 企业推广策略分析7.4.5 企业zui新发展动向7.5 悠易互通(北京)广告有限公司7.5.1
企业基本情况简介7.5.2企业业务范围分析7.5.3企业主要客户分析7.5.4企业典型项目分析7.5.5
企业推广优势分析7.5.6企业zui新发展动向7.6华扬联众数字技术股份有限公司7.6.1企业基本情况简介7.6.2
企业业务范围分析7.6.3 企业主要客户分析7.6.4 企业推广策略分析7.6.5 企业zui新发展动向7.7
新意互动广告有限公司7.7.1 企业基本情况简介7.7.2 企业业务范围分析7.7.3 企业主要客户分析7.7.4
企业典型项目分析7.7.5企业推广策略分析7.8北京灵思远景营销顾问有限公司7.8.1企业基本情况简介7.8.2
企业业务范围分析7.8.3企业主要客户分析7.8.4企业典型项目分析7.8.5企业推广策略分析7.9
上海好耶智易广告有限公司7.9.1企业基本情况简介7.9.2企业业务范围分析7.9.3企业主要客户分析7.9.4
企业推广策略分析7.9.5 企业zui新发展动向7.10 上海恺达广告有限公司7.10.1 企业基本情况简介7.10.2
企业业务范围分析7.10.3企业主要客户分析7.10.4企业推广策略分析7.10.5企业zui新发展动向7.11
北京腾信创新网络营销技术股份有限公司7.11.1企业基本情况简介7.11.2企业业务范围分析7.11.3
企业主要客户分析7.11.4 企业典型项目分析7.11.5 企业推广策略分析7.11.6 企业zui新发展动向7.12
电众数码广告有限公司7.12.1 企业基本情况简介7.12.2 企业业务范围分析7.12.3 企业主要客户分析7.12.4
企业典型项目分析7.12.5企业推广策略分析7.13北京陈墨网络营销顾问有限公司7.13.1
企业基本情况简介7.13.2企业业务范围分析7.13.3企业主要客户分析7.13.4企业典型项目分析7.13.5
企业推广策略分析7.13.6 企业zui新发展动向第8章:中国互联网营销发展趋势与前景分析8.1
互联网营销发展趋势分析8.1.1
互联网营销政策走向研判(1)网络广告市场政策情况(2)电子商务市场政策8.1.2
互联网营销模式发展趋势8.1.3 互联网营销市场发展趋势8.1.4 互联网营销未来竞争走向8.2
互联网营销市场前景预测8.2.1 互联网营销市场规模预测8.2.2 互联网营销主要子行业发展预测8.2.3
互联网营销主要产品前景预测8.3 互联网营销投资前景预测8.3.1 互联网营销进入壁垒分析8.3.2
互联网营销投资风险分析8.3.3 互联网营销投资可行性分析8.3.4 互联网营销投资前景分析8.4
中研智业互联网营销投资建议8.4.1 网络广告细分领域投资8.4.2 投资广告专业服务图表目录图表1:2016-2
020年中国互联网基础资源对比(单位:个,块/32,Mbps)图表2:2015-2020年中国网站数量情况(单位
:万个)图表3:2015-2020年中国国际出口带宽及增长率情况(单位:Mbps,%)图表4:2015-2020年我
国网民规模及互联网普及率(单位:万人,%)图表5:2015-2020年我国手机网民规模及增长速度(单位
:万人,%)图表6:2016-2020年中国网民性别结构(单位:%)图表7:2016-2020年中国网民年龄结构
(单位:%)图表8:2016-2020年中国网民学历结构(单位:%)图表9:2016-2020年中国网民职业结构
(单位:%)图表10:2016-2020年中国网民收入结构(单位:%)图表11:2016-2020年网络购物用户规模
及使用率(单位:万人,%)图表12:2015-2020年我国电子商务市场交易规模(单位:万亿元)图表13
:2015-2020年我国网络零售市场交易规模(单位:亿元,%)图表14:2015-2020年网络零售占社会消费
品零售总额的比重(单位:%)图表15:2015-2020年中国移动购物市场规模变动(单位:亿元)图表16
:中国互联网营销发展历程示意图图表17:2015-2020年中国互联网广告市场规模情况(单位:亿元)图
```

表18:2015-2020年中国移动广告市场规模情况(单位:亿元)图表19:中国互联网营销发展特点列表图 表20:2015-2020年中国垂直类门户网站网络营销市场规模情况(单位:亿元,%)图表21:2015-2020年 中国社区类互动营销市场规模情况(单位:亿元,%)图表22:2015-2020年中国搜索引擎营销市场规模 情况(单位:亿元,%)图表23:2015-2020年中国视频类网络媒体营销市场规模情况(单位:亿元,%) 图表24:中国企业自建互联网营销平台建议图表25:中国企业借助第三方平台经验总结表图表26:网络 营销平台设计原则图表27:中国新建平台应对互联网变化建议列表图表28:微信营销优劣势分析表图表2 9:微信营销流程示意图图表30:微信营销成功要素分析表图表31:中国南方航空股份有限公司基本信息 表图表32:南方航空微信公众账号基本信息介绍图表33:南方航空自定义菜单相关功能图表34:小米科 技有限责任公司基本信息表图表35:小米官方微博账号基本信息图表36:@小米公司微博背景页面设计 及微博简介示意图图表37:@小米公司微博帖子优 秀表达示例图表38:@小米公司与粉丝互动的微博帖示 意图图表39:@小米公司与企业员工互动的微博帖示意图图表40:@小米公司与企业高管互动的微博帖示 意图图表41:@小米公司与其他子产品账号互动的微博帖示意图图表42:@小米公司微博转发抽奖活动示 微博帖示意图图表43:@小米公司"我爱自拍"活动微博帖示意图图表44:@小米公司市场调查互动微博 帖示意图图表45:口碑营销实施步骤图表46:口碑营销成功要素图表47:新闻营销实施步骤图表48:事 件营销优劣势分析表图表49:事件营销实施步骤图表50:事件营销成功要素分析表图表51:危机公关实 施步骤图表52:电子商务营销优劣势分析表图表53:搜索引擎营销优劣势分析表图表54:数据挖掘的方 法图表55:数据分析的4个方面图表56:数据应用的6个方面图表57:客户行为习惯定位图表58:广告主 理想的媒体选择图表59:2020年吸引中国网民注意广告的因素图表60:2020年吸引中国网民注意广告的因 素图表61:2015-2020年网络广告市场规模及预测(单位:亿元)图表62:网络广告媒介的选择图表63: 网幅广告图表64:文本链接式广告图表65:电子邮件广告图表66:判断矩阵图表67:工业品网络营销特 点分析图表68:工业品网络营销常见模式分析图表69:工业品网络营销存在问题分析图表70:工业品网 络营销投入成本结构图图表71:2015-2020年我国网络普及率(单位:%)图表72:工业品网络营销相关 建议图表73:消费品网络营销特点分析图表74:消费品网络营销常见模式分析图表75:消费品网络营销 存在问题分析图表76:消费品网络营销适合企业分析图表77:海尔网络营销模式图表78:消费品网络营 销投入成本结构图图表79:2015-2020年我国网上零售额(单位;万亿元)图表80:消费品网络营销相关 建议图表81:服务类产品网络营销特点分析表图表82:服务类产品网络营销常见模式分析表图表83:服 务类产品网络营销存在问题分析表图表84:服务类产品网络营销适合企业分析表图表85:在线教育网络 营销投入成本结构图图表86:2015-2020年中国移动互联网市场规模(单位:亿元)图表87:服务类产品 网络营销相关建议表图表88:平台优化推广适用情况分析表图表89:平台优化推广成功要素分析表图表9 0:平台优化推广经验总结表图表91:关键字点击推广设置关键词的适用情况分析表图表92:关键字点击 推广成功要素分析表图表93:关键字点击推广经验总结表图表94:付费推广适用情况分析表图表95:付 费推广成功要素分析表图表96:付费推广经验总结表图表97:平面推广成功要素分析表图表98:平面推 广经验总结表图表99:隐性推广策略的类型图表100:隐性推广适用情况分析表图表101:隐性推广成功 要素分析表图表102:隐性推广经验总结表图表103:人脉推广成功要素分析表图表104:人脉推广经验总 结表图表105:品牌推广适用情况分析表图表106:品牌推广成功要素分析表图表107:品牌推广经验总结 表图表108:杭州索象营销策划有限公司基本情况表图表109:杭州索象营销策划有限公司主要客户表(部分)图表110:杭州索象营销策划有限公司推广策略表图表111:南京新雨恒网络科技有限公司基本情 况表图表112:南京新雨恒网络科技有限公司主要客户表(部分)图表113:上海鸣歌网络科技有限公司 基本情况表图表114:上海鸣歌网络科技有限公司服务产品情况图表115:上海鸣歌网络科技有限公司营 销策略表图表116:上海鸣歌网络科技有限公司服务优势图表117:北京口碑互动营销策划有限公司基本 情况表图表118:悠易互通(北京)广告有限公司基本情况表图表119:悠易互通(北京)广告有限公司 广告投放策略设计图表120:华扬联众数字技术股份有限公司基本情况表