

中国社会化媒体营销发展模式与前景策略分析报告2023-2028年

产品名称	中国社会化媒体营销发展模式与前景策略分析报告2023-2028年
公司名称	北京中研智业信息咨询有限公司
价格	.00/件
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

中国社会化媒体营销发展模式与前景策略分析报告2023-2028年【报告编号】：384102【出版时间】：2022年11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【联系人】：杨静--客服专员免费售后服务一年，具体内容及订购流程欢迎咨询客服人员。

第1章：社会化媒体营销行业发展背景1.1 社会化媒体营销的定义1.1.1 社会化媒体营销的定义1.1.2 社会化媒体营销的内容1.1.3 与传统网络营销的区别1.1.4 社会化媒体营销的历史1.2 研究报告背景介绍1.2.1 研究背景介绍1.2.2 研究方法介绍1.2.3 报告使用说明1.2.4 研究单位介绍第2章：社会化媒体营销行业运营分析2.1 行业发展规模分析2.1.1 社交媒体活跃用户分析2.1.2 移动用户规模分析2.1.3 互联网普及率分析2.1.4 社交媒体普及率分析2.1.5 移动媒体普及率分析2.1.6 中国使用频率*高的社交网站2.2 社会化媒体营销运用分析2.2.1 社会化媒体营销的使用2.2.2 社会化媒体营销时间投入（1）从经验因素来看（2）从业务类型来看（3）从年龄划分来看2.3 社会化媒体平台分析2.3.1 博客（1）平台运作特点分析（2）平台用户规模分析（3）平台技术指标分析（4）平台传播优劣势分析（5）业内代表性平台分析（6）平台营销策略分析2.3.2 微博客（1）平台运作特点分析（2）平台用户规模分析（3）平台技术指标分析（4）平台传播优劣势分析（5）业内代表性平台分析（6）平台营销策略分析2.3.3 维基（1）平台运作特点分析（2）平台用户规模分析（3）平台技术指标分析（4）平台传播优劣势分析（5）业内代表性平台分析（6）平台营销策略分析2.3.4 播客（1）平台运作特点分析（2）平台用户规模分析（3）平台技术指标分析（4）平台传播优劣势分析（5）业内代表性平台分析（6）平台营销策略分析2.3.5 社交网络（1）平台运作特点分析（2）平台用户规模分析（3）平台技术指标分析（4）平台传播优劣势分析（5）业内代表性平台分析（6）平台营销策略分析2.3.6 内容社区（1）平台运作特点分析（2）平台用户规模分析（3）平台技术指标分析（4）平台传播优劣势分析（5）业内代表性平台分析（6）平台营销策略分析2.3.7 微博（1）平台运作特点分析（2）平台用户规模分析（3）平台技术指标分析（4）平台传播优劣势分析（5）业内代表性平台分析（6）平台营销策略分析2.4 企业社会化媒体营销痛点分析2.4.1 企业社会化媒体营销痛点分析2.4.2 企业社会化媒体营销操作要点2.4.3 企业社会化媒体营销成功要素2.4.4 企业社会化媒体机构选择策略2.4.5 企业社会化媒体营销趋势预测2.5 年**社会化营销案例2.5.1 加多宝悲情案例分析2.5.2

国产电影营销案例分析2.5.3 可口可乐整合营销案例2.5.4 疯狂猜图营销案例分析2.5.5
朋友圈的营销案例分析2.5.6 南航微信营销案例分析2.5.7 明星社会化营销案例分析2.5.8
京东双十一营销案例分析2.5.9 爸爸去哪儿营销案例分析2.5.10
恒大冰泉营销案例分析第3章：社会化媒体营销行业模式分析3.1 SoLoMo模式的投资机会3.2
SoLoMo模式在电商领域的应用3.2.1 SNS社区市场份额分析3.2.2 SNS电商模式的发展机遇3.2.3
投资SNS电商的不确定性3.2.4 亚洲主要SNS社区融资分析3.3 LBS电子商务分析3.3.1
LBS电商发展前景分析3.3.2 手机智能化带来的机遇3.3.3 投资LBS电商的不确定性3.4
O2O电子商务模式分析3.4.1 O2O的经济价值分析3.4.2 O2O模式的团购模式分析3.5
社会化媒体营销的外包分析3.5.1 社会化媒体营销外包优势分析3.5.2 社会化媒体营销外包劣势分析3.5.3
社会化媒体营销外包策略分析第4章：国际社会化媒体营销行业分析4.1 国外*常用社会化媒体分析4.1.1
Facebook4.1.2 Twitter4.1.3 LinkedIn4.1.4 部落格4.1.5 YouTube4.1.6 Google+4.1.7 Pinterest4.1.8
图片分享网站(Instagram)4.1.9 论坛4.1.10 地理定位网站(Foursquare)4.1.11 社会化书签网站(StumbleUpon)4.2
国际社会化媒体工具使用趋势分析4.2.1 资历更长者更重视视觉营销4.2.2
时间成本越高，转向视觉平台的趋势越强烈4.2.3 B2C营销者比B2B营销者更重视视觉营销4.2.4
营销者未来希望增加视觉营销比重4.2.5
视频和原创视觉作品是营销潜力股第5章：社会化媒体营销行业应用领域分析5.1
快消行业社会化媒体营销分析5.1.1 快消行业消费群体分析5.1.2 快消行业营销特点分析5.1.3
快消行业营销痛点分析5.1.4 社会化媒体营销需求分析5.1.5 社会化媒体营销典型案例5.1.6
社会化媒体营销策略分析5.2 金融社会化媒体营销分析5.2.1 金融行业消费群体分析5.2.2
金融行业营销特点分析5.2.3 金融行业营销痛点分析5.2.4 社会化媒体营销需求分析5.2.5
社会化媒体营销典型案例5.2.6 社会化媒体营销策略分析5.3 房地产社会化媒体营销分析5.3.1
房地产行业消费群体分析5.3.2 房地产行业营销特点分析5.3.3 房地产行业营销痛点分析5.3.4
社会化媒体营销需求分析5.3.5 社会化媒体营销典型案例5.3.6 社会化媒体营销策略分析5.4
旅游社会化媒体营销分析5.4.1 旅游行业消费群体分析5.4.2 旅游行业营销特点分析5.4.3
旅游行业营销痛点分析5.4.4 社会化媒体营销需求分析5.4.5 社会化媒体营销典型案例5.4.6
社会化媒体营销策略分析5.5 影视社会化媒体营销分析5.5.1 影视行业消费群体分析5.5.2
影视行业营销特点分析5.5.3 影视行业营销痛点分析5.5.4 社会化媒体营销需求分析5.5.5
社会化媒体营销典型案例5.5.6 社会化媒体营销策略分析5.6 C社会化媒体营销分析5.6.1
C行业消费群体分析5.6.2 C行业营销特点分析5.6.3 C行业营销痛点分析5.6.4 社会化媒体营销需求分析5.6.5
社会化媒体营销典型案例5.6.6 社会化媒体营销策略分析5.7 IT社会化媒体营销分析5.7.1
IT行业消费群体分析5.7.2 IT行业营销特点分析5.7.3 IT行业营销痛点分析5.7.4
社会化媒体营销需求分析5.7.5 社会化媒体营销典型案例5.7.6 社会化媒体营销策略分析5.8
政府社会化媒体营销分析5.8.1 政府行业消费群体分析5.8.2 政府行业营销特点分析5.8.3
政府行业营销痛点分析5.8.4 社会化媒体营销需求分析5.8.5 社会化媒体营销典型案例5.8.6
社会化媒体营销策略分析5.9 教育社会化媒体营销分析5.9.1 教育行业消费群体分析5.9.2
教育行业营销特点分析5.9.3 教育行业营销痛点分析5.9.4 社会化媒体营销需求分析5.9.5
社会化媒体营销典型案例5.9.6 社会化媒体营销策略分析5.10 外贸社会化媒体营销分析5.10.1
外贸行业消费群体分析5.10.2 外贸行业营销特点分析5.10.3 外贸行业营销痛点分析5.10.4
社会化媒体营销需求分析5.10.5 社会化媒体营销典型案例5.10.6
社会化媒体营销策略分析第6章：社会化媒体营销行业主要城市竞争分析6.1 北京市6.1.1
行业发展环境分析6.1.2 行业经营规模分析6.1.3 行业运营现状分析6.1.4 行业竞争格局分析6.1.5
行业市场空间分析6.1.6 行业发展趋势预测6.2 上海市6.2.1 行业发展环境分析6.2.2 行业经营规模分析6.2.3
行业运营现状分析6.2.4 行业竞争格局分析6.2.5 行业市场空间分析6.2.6 行业发展趋势预测6.3 广州市6.3.1
行业发展环境分析6.3.2 行业经营规模分析6.3.3 行业运营现状分析6.3.4 行业竞争格局分析6.3.5
行业市场空间分析6.3.6 行业发展趋势预测6.4 深圳市6.4.1 行业发展环境分析6.4.2 行业经营规模分析6.4.3
行业运营现状分析6.4.4 行业竞争格局分析6.4.5 行业市场空间分析6.4.6 行业发展趋势预测6.5 天津市6.5.1
行业发展环境分析6.5.2 行业经营规模分析6.5.3 行业运营现状分析6.5.4 行业竞争格局分析6.5.5
行业市场空间分析6.5.6 行业发展趋势预测6.6 杭州市6.6.1 行业发展环境分析6.6.2 行业经营规模分析6.6.3
行业运营现状分析6.6.4 行业竞争格局分析6.6.5 行业市场空间分析6.6.6 行业发展趋势预测6.7 苏州市6.7.1
行业发展环境分析6.7.2 行业经营规模分析6.7.3 行业运营现状分析6.7.4 行业竞争格局分析6.7.5
行业市场空间分析6.7.6 行业发展趋势预测6.8 金华市6.8.1 行业发展环境分析6.8.2 行业经营规模分析6.8.3

行业运营现状分析6.8.4 行业竞争格局分析6.8.5 行业市场空间分析6.8.6 行业发展趋势预测6.9 东莞市6.9.1
行业发展环境分析6.9.2 行业经营规模分析6.9.3 行业运营现状分析6.9.4 行业竞争格局分析6.9.5
行业市场空间分析6.9.6 行业发展趋势预测6.10 南京市6.10.1 行业发展环境分析6.10.2
行业经营规模分析6.10.3 行业运营现状分析6.10.4 行业竞争格局分析6.10.5 行业市场空间分析6.10.6
行业发展趋势预测6.11 成都市6.11.1 行业发展环境分析6.11.2 行业经营规模分析6.11.3
行业运营现状分析6.11.4 行业竞争格局分析6.11.5 行业市场空间分析6.11.6 行业发展趋势预测6.12
武汉市6.12.1 行业发展环境分析6.12.2 行业经营规模分析6.12.3 行业运营现状分析6.12.4
行业竞争格局分析6.12.5 行业市场空间分析6.12.6 行业发展趋势预测6.13 宁波市6.13.1
行业发展环境分析6.13.2 行业经营规模分析6.13.3 行业运营现状分析6.13.4 行业竞争格局分析6.13.5
行业市场空间分析6.13.6 行业发展趋势预测6.14 泉州市6.14.1 行业发展环境分析6.14.2
行业经营规模分析6.14.3 行业运营现状分析6.14.4 行业竞争格局分析6.14.5 行业市场空间分析6.14.6
行业发展趋势预测6.15 郑州市6.15.1 行业发展环境分析6.15.2 行业经营规模分析6.15.3
行业运营现状分析6.15.4 行业竞争格局分析6.15.5 行业市场空间分析6.15.6 行业发展趋势预测6.16
温州市6.16.1 行业发展环境分析6.16.2 行业经营规模分析6.16.3 行业运营现状分析6.16.4
行业竞争格局分析6.16.5 行业市场空间分析6.16.6 行业发展趋势预测6.17 重庆市6.17.1
行业发展环境分析6.17.2 行业经营规模分析6.17.3 行业运营现状分析6.17.4 行业竞争格局分析6.17.5
行业市场空间分析6.17.6 行业发展趋势预测6.18 无锡市6.18.1 行业发展环境分析6.18.2
行业经营规模分析6.18.3 行业运营现状分析6.18.4 行业竞争格局分析6.18.5 行业市场空间分析6.18.6
行业发展趋势预测6.19 厦门市6.19.1 行业发展环境分析6.19.2 行业经营规模分析6.19.3
行业运营现状分析6.19.4 行业竞争格局分析6.19.5 行业市场空间分析6.19.6 行业发展趋势预测6.20
青岛市6.20.1 行业发展环境分析6.20.2 行业经营规模分析6.20.3 行业运营现状分析6.20.4
行业竞争格局分析6.20.5 行业市场空间分析6.20.6 行业发展趋势预测6.21 福州市6.21.1
行业发展环境分析6.21.2 行业经营规模分析6.21.3 行业运营现状分析6.21.4 行业竞争格局分析6.21.5
行业市场空间分析6.21.6 行业发展趋势预测6.22 兰州市6.22.1 行业发展环境分析6.22.2
行业经营规模分析6.22.3 行业运营现状分析6.22.4 行业竞争格局分析6.22.5 行业市场空间分析6.22.6
行业发展趋势预测6.23 青岛市6.23.1 行业发展环境分析6.23.2 行业经营规模分析6.23.3
行业运营现状分析6.23.4 行业竞争格局分析6.23.5 行业市场空间分析6.23.6 行业发展趋势预测6.24
长沙市6.24.1 行业发展环境分析6.24.2 行业经营规模分析6.24.3 行业运营现状分析6.24.4
行业竞争格局分析6.24.5 行业市场空间分析6.24.6 行业发展趋势预测6.25 太原市6.25.1
行业发展环境分析6.25.2 行业经营规模分析6.25.3 行业运营现状分析6.25.4 行业竞争格局分析6.25.5
行业市场空间分析6.25.6 行业发展趋势预测第7章：社会化媒体营销行业**企业分析7.1
蓝色光标经营分析7.1.1 企业发展概况分析7.1.2 企业经营业务分析7.1.3 企业经营业绩分析7.1.4
企业的核心竞争力7.1.5 企业的代表性案例7.1.6 企业*新发展动向7.2 中海互动经营分析7.2.1
企业发展概况分析7.2.2 企业经营业务分析7.2.3 企业经营业绩分析7.2.4 企业的核心竞争力7.2.5
企业的代表性案例7.2.6 企业*新发展动向7.3 赞意互动经营分析7.3.1 企业发展概况分析7.3.2
企业经营业务分析7.3.3 企业经营业绩分析7.3.4 企业的核心竞争力7.3.5 企业的代表性案例7.3.6
企业*新发展动向7.4 NTA创新传播经营分析7.4.1 企业发展概况分析7.4.2 企业经营业务分析7.4.3
企业经营业绩分析7.4.4 企业的核心竞争力7.4.5 企业的代表性案例7.4.6 企业*新发展动向7.5
博圣云峰经营分析7.5.1 企业发展概况分析7.5.2 企业经营业务分析7.5.3 企业经营业绩分析7.5.4
企业的核心竞争力7.5.5 企业的代表性案例7.5.6 企业*新发展动向7.6 博拉经营分析7.6.1
企业发展概况分析7.6.2 企业经营业务分析7.6.3 企业经营业绩分析7.6.4 企业的核心竞争力7.6.5
企业的代表性案例7.6.6 企业*新发展动向7.7 奥美互动经营分析7.7.1 企业发展概况分析7.7.2
企业经营业务分析7.7.3 企业经营业绩分析7.7.4 企业的核心竞争力7.7.5 企业的代表性案例7.7.6
企业*新发展动向7.8 时趣互动经营分析7.8.1 企业发展概况分析7.8.2 企业经营业务分析7.8.3
企业经营业绩分析7.8.4 企业的核心竞争力7.8.5 企业的代表性案例7.8.6 企业*新发展动向7.9
乐必扬经营分析7.9.1 企业发展概况分析7.9.2 企业经营业务分析7.9.3 企业经营业绩分析7.9.4
企业的核心竞争力7.9.5 企业的代表性案例7.9.6 企业*新发展动向7.10 环时互动经营分析7.10.1
企业发展概况分析7.10.2 企业经营业务分析7.10.3 企业经营业绩分析7.10.4 企业的核心竞争力7.10.5
企业的代表性案例7.10.6 企业*新发展动向7.11 易传媒经营分析7.11.1 企业发展概况分析7.11.2
企业经营业务分析7.11.3 企业经营业绩分析7.11.4 企业的核心竞争力7.11.5 企业的代表性案例7.11.6
企业*新发展动向7.12 陈墨营销经营分析7.12.1 企业发展概况分析7.12.2 企业经营业务分析7.12.3

企业经营业绩分析7.12.4企业的核心竞争力7.12.5企业的代表性案例7.12.6企业*新发展动向7.13
万佳金点数字经营分析7.13.1企业发展概况分析7.13.2企业经营业务分析7.13.3企业经营业绩分析7.13.4
企业的核心竞争力7.13.5企业的代表性案例7.13.6企业*新发展动向7.14 飞扬博远经营分析7.14.1
企业发展概况分析7.14.2企业经营业务分析7.14.3企业经营业绩分析7.14.4企业的核心竞争力7.14.5
企业的代表性案例7.14.6企业*新发展动向7.15 迪思传媒经营分析7.15.1企业发展概况分析7.15.2
企业经营业务分析7.15.3企业经营业绩分析7.15.4企业的核心竞争力7.15.5企业的代表性案例7.15.6
企业*新发展动向7.16 华谊嘉信经营分析7.16.1企业发展概况分析7.16.2企业经营业务分析7.16.3
企业经营业绩分析7.16.4企业的核心竞争力7.16.5企业的代表性案例7.16.6企业*新发展动向7.17
博雅公关经营分析7.17.1企业发展概况分析7.17.2企业经营业务分析7.17.3企业经营业绩分析7.17.4
企业的核心竞争力7.17.5企业的代表性案例7.17.6企业*新发展动向7.18 宣亚国际经营分析7.18.1
企业发展概况分析7.18.2企业经营业务分析7.18.3企业经营业绩分析7.18.4企业的核心竞争力7.18.5
企业的代表性案例7.18.6企业*新发展动向7.19 时空视点经营分析7.19.1企业发展概况分析7.19.2
企业经营业务分析7.19.3企业经营业绩分析7.19.4企业的核心竞争力7.19.5企业的代表性案例7.19.6
企业*新发展动向7.20 用乐数字营销经营分析7.20.1企业发展概况分析7.20.2企业经营业务分析7.20.3
企业经营业绩分析7.20.4企业的核心竞争力7.20.5企业的代表性案例7.20.6
企业*新发展动向第8章：社会化体营销行业投资机会与趋势预测8.1 社会化媒体营销行业投资机会8.1.1
行业投资门槛分析8.1.2 行业投资风险分析8.1.3 行业投资特点分析8.1.4 行业投资机会分析8.2
社会化媒体营销行业发展趋势8.2.1 行业发展前景预测8.2.2 行业发展风口预测8.2.3 行业创新趋势预测8.2.4
行业营销趋势预测图表目录图表1：社会化媒体时间表图表2：社会化媒体分布图图表3：社会化分享时段
分析图表4：社会化媒体分类图表5：2014-2022年社会化媒体用户规模图表6：社会化媒体排行榜图表7：
社交网站用户规模和网民覆盖图表8：社交网站活跃用户规模及占比图表9：社会化媒体营销的使用率图
表10：社会化媒体营销的经验程度图表11：社会化媒体营销的时间投入图表12：不同经营类型的社会化
媒体营销投入时间图表13：博客的使用支持率图表14：Facebook的使用支持率图表15：YouTube/Video的
使用支持率图表16：Twitter的使用支持率图表17：LinkedIn的使用支持率图表18：SocialBookmarking的
使用支持率图表19：MySpace的使用支持率图表20：国外社会化媒体表现形式图表21：国内社会化媒体表现
形式图表22：2022年中国社会化电子商务典型企业评测图表23：2022年B2B企业社会化媒体营销的运用调
查数据图表24：2022年中国SNS社区市场份额统计表图表25：社会化媒体时间表图表26：社会化媒体分布
图图表27：社会化分享时段分析图表28：社会化媒体分类图表29：2014-2022年社会化媒体用户规模图表3
0：社会化媒体排行榜图表31：社交网站用户规模和网民覆盖图表32：社交网站活跃用户规模及占比图表
33：社会化媒体营销的使用率图表34：社会化媒体营销的经验程度图表35：社会化媒体营销的时间投入
图表36：不同经营类型的社会化媒体营销投入时间图表37：博客的使用支持率图表38：Facebook的使用支
持率图表39：YouTube/Video的使用支持率图表40：Twitter的使用支持率图表41：LinkedIn的使用支持率
图表42：SocialBookmarking的使用支持率图表43：MySpace的使用支持率图表44：国外社会化媒体表现形
式图表45：国内社会化媒体表现形式图表46：成功案例——可购可乐图表47：成功案例——顽皮猴图表4
8：成功案例——ScanDigital图表49：成功案例——VitaminWater图表50：成功案例——中粮“生产队”图
表51：成功案例——Stormhoek葡萄酒图表52：成功案例——佳洁士图表53：成功案例——Smart图表54：
成功案例——优衣库图表55：2022年中国社会化电子商务典型企业评测图表56：2022年B2B企业社会化媒
体营销的运用调查数据图表57：社会化电子商务海外案例：Payment图表58：社会化电子商务海外案例
：DoCute图表59：社会化电子商务海外案例——DoCute目标用户图表60：2022年中国SNS社区市场份额
统计表图表61：蓝色光标发展概况图表62：蓝色光标经营业务图表63：蓝色光标经营业绩图表64：蓝色
光标的核心竞争力图表65：蓝色光标的代表性案例图表66：蓝色光标*新发展动向图表67：中海互动发展
概况图表68：中海互动经营业务图表69：中海互动经营业绩图表70：中海互动的核心竞争力图表71：中
海互动的代表性案例图表72：中海互动*新发展动向图表73：赞意互动发展概况图表74：赞意互动经营业
务图表75：赞意互动经营业绩图表76：赞意互动的核心竞争力图表77：赞意互动的代表性案例图表78：
赞意互动*新发展动向图表79：NTA创新传播发展概况图表80：NTA创新传播经营业务图表81：NTA创新
传播经营业绩图表82：NTA创新传播的核心竞争力图表83：NTA创新传播的代表性案例图表84：NTA创
新传播*新发展动向图表85：博圣云峰发展概况图表86：博圣云峰经营业务图表87：博圣云峰经营业绩图
表88：博圣云峰的核心竞争力图表89：博圣云峰的典型案例图表90：*新发展动向图表91：博拉发展概
况图表92：博拉经营业务图表93：博拉经营业绩图表94：博拉的核心竞争力图表95：博拉的代表性案例
图表96：博拉*新发展动向图表97：奥美互动发展概况图表98：奥美互动经营业务图表99：奥美互动经营
业绩图表100：奥美互动的核心竞争力图表101：奥美互动的典型案例图表102：奥美互动*新发展动向图

表103：时趣互动发展概况图表104：时趣互动经营业务图表105：时趣互动经营业绩图表106：时趣互动的核心竞争力图表107：时趣互动的代表性案例图表108：时趣互动*新发展动向图表109：乐必扬发展概况图表110：乐必扬经营业务图表111：乐必扬经营业绩图表112：乐必扬的核心竞争力图表113：乐必扬的代表性案例图表114：乐必扬*新发展动向图表115：环时互动发展概况图表116：环时互动经营业务图表117：环时互动经营业绩图表118：环时互动的核心竞争力图表119：环时互动的代表性案例图表120：环时互动*新发展动向