

中国互联网营销发展现状及前景方向分析报告2024-2030年

产品名称	中国互联网营销发展现状及前景方向分析报告2024-2030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

中国互联网营销发展现状及前景方向分析报告2024-2030年【报告编号】：424254【出版时间】：2024年4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
免费售后服务一年，具体内容及订流程欢迎咨询客服人员。

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 CPMcaigou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 企业最新发展动向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 企业最新发展动向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 企业最新发展动向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 企业最新发展动向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 企业最新发展动向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 企业最新发展动向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 企业最新发展动向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 企业最新发展动向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 企业最新发展动向

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1：2019-2023年中国互联网络基础资源对比（单位：个，块/32，Mbps）

图表2：2018-2023年中国网站数量情况（单位：万个）

图表3：2018-2023年中国国际出口带宽及增长率情况（单位：Mbps，%）

图表4：2018-2023年我国网民规模及互联网普及率（单位：万人，%）

图表5：2018-2023年我国手机网民规模及增长速度（单位：万人，%）

图表6：2019-2023年中国网民性别结构（单位：%）

图表7：2019-2023年中国网民年龄结构（单位：%）

图表8：2019-2023年中国网民学历结构（单位：%）

图表9：2019-2023年中国网民职业结构（单位：%）

图表10：2019-2023年中国网民收入结构（单位：%）

图表11：2019-2023年网络购物用户规模及使用率（单位：万人，%）

图表12：2018-2023年我国电子商务市场交易规模（单位：万亿元）

图表13：2018-2023年我国网络零售市场交易规模（单位：亿元，%）

图表14：2018-2023年网络零售占社会消费品零售总额的比重（单位：%）

图表15：2018-2023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17：2018-2023年中国互联网广告市场规模情况（单位：亿元）

图表18：2018-2023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20：2018-2023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21：2018-2023年中国社区类互动营销市场规模情况（单位：亿元，%）

图表22：2018-2023年中国搜索引擎营销市场规模

情况（单位：亿元，%）图表23：2018-2023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guoqi业自建互联网营销平台建议图表25：中guoqi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（微信号www_csair_com）微信公众账号基本信息介绍图表33：南方航空（微信号w
ww_csair_com）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
账号基本信息表图表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youxi
u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
营销成功要素表图表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59：2023年吸引中国网民注意广
告的因素图表60：2023年吸引中国网民注意广告的因素图表61：2018-2023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6
9：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71：2018-2023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79：2018-2023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86：2018-2023年中国互联
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90：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
产品情况表图表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图表120：华扬联众数字技术股份有
限公司基本情况表