2026-2031年中国数字营销行业市场前瞻与投资战略规划分析报告

目 录

CONTENTS

——综述篇——
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 数字营销行业监管规范体系
1.3.1 数字营销行业专业术语介绍
1.3.2 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
1.3.3 数字营销行业标准体系建设现状
1、数字营销标准体系建设
2、中国数字营销行业即将实施标准
3、数字营销重点标准解读
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
1.6.1 本报告权威数据来源
1.6.2 本报告研究方法及统计标准说明
——现状篇——
第2章：全球数字营销行业发展现状及趋势前景预判
2.1 全球数字营销行业发展历程
2.2 全球（除中国外）数字营销行业宏观环境分析
2.2.1 全球（除中国外）数字营销行业经济环境分析
2.2.2 全球（除中国外）数字营销行业政治法律环境分析
2.2.3 全球（除中国外）数字营销行业技术环境分析
2.2.4 新冠疫情对全球（除中国外）数字营销行业的影响分析
2.3 全球数字营销行业发展现状及市场规模测算
2.3.1 全球数字营销行业市场供需状况
1、需求概况
2、供给概况
2.3.2 全球数字营销行业市场规模测算
2.4 全球主要经济体数字营销市场研究
2.4.1 法国数字营销行业发展状况
2.4.2 德国数字营销行业发展状况
2.4.3 美国数字营销行业发展状况
2.5 全球数字营销行业市场竞争格局及企业案例分析
2.5.1 全球数字营销行业市场竞争格局
1、竞争企业情况
2、市场份额分析
2.5.2 全球数字营销企业兼并重组状况
2.5.3 全球数字营销行业代表性企业布局案例
1、谷歌
2、亚马逊
3、Facebook
2.6 全球数字营销行业发展趋势及市场前景预测
2.6.1 全球数字营销行业发展趋势预判
2.6.2 全球数字营销行业市场前景预测
第3章：中国数字营销行业发展现状与市场规模测算
3.1 中国数字营销行业技术（Technology）环境分析

3.1.1 数字营销的核心关键技术分析
1、内容标签化
2、数据中台应用
3、三方数据补充应用
3.1.2 数字营销行业相关专利的申请及公开情况
1、数字营销专利申请
2、数字营销热门申请人
3、数字营销热门技术
3.1.3 技术环境对数字营销行业发展的影响分析
3.2 中国数字营销行业发展历程及市场特性
3.2.1 中国数字营销行业发展历程
3.2.2 中国数字营销行业市场特性
3.3 中国数字营销行业参与者类型及规模
3.3.1 中国数字营销行业参与者类型
3.3.2 中国数字营销行业企业数量规模
3.4 中国数字营销行业投放平台及营销形式概述
3.4.1 中国数字营销行业投放平台分析
3.4.2 中国数字营销行业营销形式分析
1、营销形式关注重点
2、创新营销形式预期
3.5 中国数字营销行业分媒介营销市场概况
3.6 中国数字营销行业分渠道营销市场分析
3.6.1 中国搜索引擎营销市场发展分析
1、市场概述
（1）概念
（2）特点
（3）营销方法
（4）需求
2、发展状况
（1）发展阶段
（2）运作方式
（3）企业布局
3、发展趋势
3.6.2 中国直效营销市场发展分析
1、概述
（1）概念
（2）分类
（3）特征
（4）营销方法
2、发展状况
3.6.3 中国社会化营销市场发展分析
1、概述
（1）概念
（2）优势
2、发展状况
（1）技术发展状况
（2）企业营销重点
（3）企业布局状况
3、发展趋势
3.6.4 中国程序化广告市场发展分析
1、概述
（1）概念
（2）竞价方式
2、发展状况
（1）发展阶段
（2）发展现状
3、发展趋势
3.7 中国数字营销行业市场规模测算
第4章：中国数字营销行业市场竞争状况及国际竞争力分析

4.1 中国数字营销行业波特五力模型分析
4.1.1 数字营销行业现有竞争者之间的竞争
4.1.2 数字营销行业对供应商议价能力分析
4.1.3 数字营销行业对广告主议价能力分析
4.1.4 数字营销行业潜在进入者分析
4.1.5 数字营销行业替代品风险分析
4.1.6 数字营销行业竞争情况总结
4.2 中国数字营销行业投融资、兼并与重组状况
4.2.1 中国数字营销行业投融资发展状况
1、中国数字营销行业投融资概述
2、中国数字营销行业投融资事件汇总
3、中国数字营销行业投融资规模
4、中国数字营销行业投融资解析
5、中国数字营销行业投融资趋势预测
4.2.2 中国数字营销行业兼并与重组状况
1、中国数字营销行业兼并与重组事件汇总
2、中国数字营销行业兼并与重组类型及动因
3、中国数字营销行业兼并与重组案例分析
4、中国数字营销行业兼并与重组趋势预判
4.3 中国数字营销行业市场竞争格局分析
4.4 中国数字营销行业市场集中度分析
4.4.1 技术集中度
4.4.2 地域集中度
第5章：中国数字营销产业链全景解析
5.1 中国数字营销产业结构属性（产业链）
5.1.1 数字营销产业链结构梳理
5.1.2 数字营销产业链生态图谱
5.2 中国数字营销产业价值属性（价值链）
5.2.1 数字营销行业成本结构分析
5.2.2 数字营销行业价值链分析
5.3 中国数字营销行业广告主市场需求分析
5.3.1 中国数字营销行业广告主类型
5.3.2 中国数字营销行业广告市场需求状况
1、数字营销行业广告主需求特征
2、数字营销行业广告主营销目标
（1）广告投放目标
（2）品效预算分配
3、数字营销行业广告主投入增长率
5.4 中国数字营销行业广告投放代理市场分析
5.4.1 中国数字营销行业广告投放代理类型
5.4.2 中国数字营销行业广告投放代理市场发展状况
1、数字营销行业广告投放代理业务流程
2、数字营销行业广告投放代理业务参与者
5.5 中国数字营销行业工具&平台&技术支持市场分析
5.5.1 需求方平台（DSP）
1、概述
2、企业布局
5.5.2 采购交易平台（TD）
1、概述
2、企业布局
5.5.3 广告交易平台（Ad Exchange）
1、概述
2、企业布局
5.5.4 供应方交易平台（SSP）
1、概述
2、企业布局
5.5.5 数据管理平台（DMP）
5.5.6 广告监测分析
5.6 中国数字营销行业应用领域发展状况及案例研究

5.6.1 中国数字营销行业主要应用行业领域分布
5.6.2 中国汽车行业数字营销发展状况及案例研究
1、汽车行业数字营销概述
（1）汽车行业数字营销概念
（2）汽车行业数字营销背景
2、汽车行业数字营销发展状况
（1）汽车行业数字营销发展阶段
（2）汽车行业数字营销诉求变化
（3）汽车行业数字营销成本变化
（4）汽车行业数字营销参与主体
3、汽车行业数字营销案例分析
（1）吉利汽车&神策数据
（2）京东汽车业务解决方案
4、汽车行业数字营销发展趋势
5.6.3 中国食品饮料行业数字营销发展状况及案例研究
1、食品饮料行业数字营销概述
2、食品饮料行业数字营销发展状况
（1）食品饮料行业细分市场数字营销发展状况
（2）食品饮料行业数字营销发展策略
3、食品饮料行业数字营销案例分析
4、食品饮料行业数字营销发展趋势
5.6.4 中国美妆个护行业数字营销发展状况及案例研究
1、美妆个护行业数字营销概述
2、美妆个护行业数字营销发展状况
（1）美妆个护行业数字营销策略
（2）美妆个护行业数字营销渠道
（3）美妆个护行业数字营销参与者
3、美妆个护行业数字营销案例分析
（1）完美日记
（2）百雀羚
4、美妆个护行业数字营销发展趋势
第6章：中国数字营销行业市场痛点及产业转型升级发展布局
6.1 中国数字营销行业经营效益分析
6.1.1 中国数字营销行业营收状况
6.1.2 中国数字营销行业利润水平
6.1.3 中国数字营销行业成本管控
6.2 中国数字营销行业商业模式分析
6.3 中国数字营销行业市场痛点分析
6.4 中国数字营销产业结构优化与转型升级发展路径
6.4.1 中国数字营销产业业务结构优化
1、完善短视频业务布局
2、降低第三方数据依赖
6.4.2 中国数字营销产业技术升级
6.5 中国数字营销产业结构优化与转型升级发展布局
6.5.1 中国数字营销产业结构优化布局
1、腾讯
2、阿里巴巴
3、百度
6.5.2 中国数字营销产业技术升级布局
第7章：中国数字营销行业代表性企业案例研究
7.1 中国数字营销行业代表性企业发展布局对比
7.2 中国数字营销行业代表性企业发展布局案例（排名不分先后）
7.2.1 阿里巴巴（中国）网络技术有限公司
1、企业发展历程及基本信息
2、企业发展运营状况
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、企业数字营销业务布局优劣势分析
7.2.2 腾讯控股有限公司

1、企业发展历程及基本信息
2、企业发展运营状况
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
7.2.3 京东集团股份有限公司
1、企业发展历程及基本信息
2、企业发展运营状况
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、企业数字营销布局优劣势分析
7.2.4 北京抖音信息服务有限公司
1、企业发展历程及基本信息
2、企业发展运营状况
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、企业数字营销布局优劣势分析
7.2.5 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、企业发展运营状况
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
7.2.6 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、企业发展运营状况
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
7.2.7 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、企业发展运营状况
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、企业数字营销布局优劣势分析
7.2.8 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、企业发展运营状况
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、企业数字营销布局优劣势分析
7.2.9 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、企业发展运营状况
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
7.2.10 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、企业发展运营状况
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

——展望篇——

第8章：中国数字营销行业宏观环境分析（PEST）
8.1 中国数字营销行业政策（Policy）环境分析
8.1.1 数字营销行业发展相关政策规划汇总及解读
8.1.2 国家“十四五”规划对数字营销行业发展的影响分析
8.1.3 政策环境对数字营销行业发展的影响分析
8.2 中国数字营销行业经济（Economy）环境分析
8.2.1 中国宏观经济发展现状
1、中国GDP及增长情况
2、中国三次产业结构
8.2.2 中国宏观经济发展展望
1、国际机构对中国GDP增速预测
2、国内机构对中国宏观经济指标增速预测
8.2.3 中国数字营销行业发展与宏观经济相关性分析
8.3 中国数字营销行业社会（Society）环境分析
8.3.1 中国网民规模及互联网普及率
8.3.2 中国数字经济规模及GDP占比
8.3.3 社会环境对数字营销行业的营销分析
8.4 中国数字营销行业SWOT分析
第9章：中国数字营销行业市场前景预测及投资策略建议
9.1 中国数字营销行业发展潜力评估
9.2 中国数字营销行业发展前景预测
9.3 中国数字营销行业发展趋势预判
9.3.1 营销云、营销自动化等新技术将进一步推动数字营销增长
9.3.2 区块链解决行业痛点，构建数字营销新生态
9.3.3 信息流广告保持快速增长，内容社交营销引领数字营销
9.4 中国数字营销行业投资特性分析
9.4.1 中国数字营销行业进入与退出壁垒
1、技术壁垒
2、数据资源壁垒
3、资金壁垒
4、人才壁垒
5、综合服务能壁垒
6、行业经验与分析方法壁垒
9.4.2 中国数字营销行业投资风险预警
1、行业政策风险
2、行业人才风险
3、行业市场风险
9.5 中国数字营销行业投资价值评估
9.6 中国数字营销行业投资机会分析
9.7 中国数字营销行业投资策略与建议
9.8 中国数字营销行业可持续发展建议

图表目录

图表1：数字营销图示
图表2：数字营销与互联网营销关系
图表3：数字营销分类
图表4：数字营销行业专业术语说明
图表5：数字营销行业主管部门
图表6：数字营销行业自律组织
图表7：截至2025年中国数字营销行业标准体系建设（单位：项）
图表8：截至2025年中国数字营销行业现行标准汇总-国家标准
图表9：截至2025年中国数字营销行业现行标准汇总-地方标准
图表10：截至2025年中国数字营销行业现行标准汇总-行业标准
图表11：截至2025年中国数字营销行业现行标准汇总-团体标准
图表12：截至2025年中国数字营销行业现行标准汇总-企业标准

图表13：截至2025年中国数字营销行业国标计划
图表14：《国民经济行业分类与代码》中数字营销行业归属
图表15：本报告研究范围界定
图表16：本报告权威数据资料来源汇总
图表17：本报告的主要研究方法及统计标准说明
图表18：全球数字营销行业发展历程
图表19：2025年全球经济环境概况
图表20：全球数字营销行业政法环境概况
图表21：2015-2025年全球数字营销行业技术环境概况（单位：项，%）
图表22：新冠疫情对全球数字营销行业的影响
图表23：2020-2025年全球互联网用户数量（单位：亿人）
图表24：2025年全球互联网用户每日使用情况（单位：小时）
图表25：2020-2025年全球数字营销布局结构（单位：%）
图表26：2025年全球数字营销类型结构（单位：%）
图表27：2025年全球数字营销细分领域占比（单位：%）
图表28：全球数字营销行业企业分布
图表29：2020-2025年全球数字营销行业市场规模（单位：亿美元）
图表30：2020-2025年法国数字营销行业市场规模（单位：亿美元）
图表31：2025年法国数字营销细分领域占比（单位：%）
图表32：2020-2025年德国数字营销行业市场规模（单位：亿美元）
图表33：2025年德国数字营销细分领域占比（单位：%）
图表34：2020-2025年美国数字营销行业市场规模（单位：亿美元）
图表35：2025年美国数字营销细分领域占比（单位：%）
图表36：2025年全球数字营销行业竞争格局（单位：亿美元，亿卢布）
图表37：2025年全球数字营销行业销售市场份额（单位：%）
图表38：2021-2025年全球数字营销企业兼并重组状况
图表39：2020-2025年谷歌营收及利润情况（单位：亿美元）
图表40：谷歌广告营销运行概况
图表41：2025年谷歌营收区域构成（单位：亿美元，%）
图表42：谷歌在华布局
图表43：2020-2025年亚马逊营收及利润情况（单位：亿美元）
图表44：亚马逊数字营销解决方案服务
图表45：2025年亚马逊营收区域构成（单位：亿美元，%）
图表46：亚马逊在中国业务发展历程
图表47：2020-2025年Facebook运营情况（单位：亿美元）
图表48：2021-2025年Facebook月活跃用户数量（单位：亿人）
图表49：Facebook广告业务概况
图表50：2025年Facebook销售布局（单位：亿美元，%）
图表51：全球数字营销行业发展趋势预判
图表52：2026-2031年全球数字营销行业市场前景预测（单位：亿美元）
图表53：广告主新营销技术应用预期（单位：%）
图表54：内容标签化在数字营销中的作用
图表55：数据中台在落地时面临的典型问题和阻力
图表56：三方数据补充应用
图表57：2006-2025年中国数字营销行业相关专利申请数量（单位：项，%）
图表58：截至2025年我国数字营销行业技术专利申请人排行（前二十位）（单位：项）
图表59：截至2025年中国数字营销行业技术专利分布领域（前十位）（单位：项）
图表60：技术环境对数字营销行业发展的影响分析
图表61：中国数字营销行业发展历程
图表62：中国数字营销行业发展历程分析
图表63：中国数字营销行业市场特性
图表64：中国数字营销行业市场主体类型
图表65：中国数字营销行业和经营主体类型
图表66：2017-2025年中国数字营销行业企业数量规模（单位：家）
图表67：中国数字营销行业投放平台介绍
图表68：不同终端数字营销投放平台重点
图表69：2021-2025年广告主关注的营销形式（单位：%）
图表70：广告主创新营销形式应用预期（单位：%）
图表71：广告主元宇宙营销形式应用情况（单位：%）

图表72：2025年广告主分媒介投放趋势（单位：%）
图表73：2025年不同广告主分媒介增加投放的比例（单位：%）
图表74：中国数字营销市场按渠道分类
图表75：索引擎营销市场特点
图表76：搜索引擎营销市场营销方法
图表77：搜索引擎营销市场需求
图表78：搜索引擎服务发展阶段
图表79：搜索引擎营销链路
图表80：中国搜索引擎企业布局
图表81：中国搜索引擎市场发展趋势
图表82：直效营销市场主要分类
图表83：直效营销市场特点
图表84：直效营销市场营销方法
图表85：社会化营销优势
图表86：社媒营销技术发展特征
图表87：社媒营销技术全景图
图表88：2021-2025年广告主社会化营销增长情况（单位：%）
图表89：2021-2025年社会化营销重点变化趋势与2022年广告主社会化营销重点（单位：%）
图表90：中国（泛）社交媒体平台蝴蝶图
图表91：中国主流社交媒体平台发展对比
图表92：社会化营销市场发展趋势
图表93：传统广告购买与程序化广告购买区别
图表94：程序化广告竞价方式
图表95：程序化广告竞价方式分析
图表96：程序化广告市场发展阶段
图表97：程序化广告技术生态图
图表98：程序化广告发展趋势
图表99：2020-2025年中国数字营销行业市场规模（单位：亿元）
图表100：数字营销行业现有企业的竞争分析表
图表101：数字营销行业对供应商议价能力分析表
图表102：数字营销行业对广告主议价能力分析表
图表103：数字营销行业潜在进入者威胁分析表
图表104：中国数字营销行业五力竞争综合分析
图表105：数字营销行业资金来源汇总
图表106：数字营销行业投融资主体构成
图表107：截至2025年中国数字营销行业投融资事件部分汇总
图表108：2019-2025年中国数字营销行业投融资规模（单位：亿元，次）
图表109：2019-2025年中国数字营销行业投融资轮次分布（单位：%）
图表110：2019-2025年中国数字营销行业投融资热门领域分布（单位：%）
图表111：中国数字营销行业投融资发展状况
图表112：2021-2025年中国数字营销行业代表性企业兼并与重组事件汇总
图表113：行业兼并与重组的动因
图表114：中国数字营销行业兼并与重组案例分析
图表115：中国数字营销行业兼并与重组趋势预判
图表116：中国数字营销行业竞争格局
图表117：2025年中国数字营销行业市场集中度（专利角度）分析（单位：%）
图表118：2025年中国数字营销行业市场集中度（地域分布）分析（单位：%）
图表119：数字营销产业链结构
图表120：中国数字营销生态图主要赛道
略·····完整目录请咨询客服

如需了解报告详细内容，请直接致电前瞻客服中心。

全国免费服务热线：400-068-7188 0755-82925195 82925295 83586158

或发电子邮件：service@qianzhan.com

或登录网站：https://bg.qianzhan.com/

我们会竭诚为您服务！