

2025-2030年全球及中国营销科技(MarTech) 发展前景与投资战略规划 分析报告

目 录

CONTENTS

——综述篇——

第1章：营销科技 (MarTech) 综述及数据来源说明

- 1.1 营销科技 (MarTech) 界定
 - 1.1.1 营销科技 (MarTech) 的定义
 - 1.1.2 营销模式的变革与发展
 - 1、营销科技 (MarTech) 与传统营销的对比
 - 2、营销模式的变革与发展
 - 1.1.3 营销科技 (MarTech) 与广告技术 (AdTech)
 - 1.1.4 营销科技 (MarTech) 专业术语
 - 1.1.5 营销科技 (MarTech) 所处行业
 - 1、《国民经济行业分类》
 - 2、《数字经济及其核心产业统计分类》
- 1.2 营销科技 (MarTech) 产业生态
- 1.3 本报告研究范围界定说明
- 1.4 营销科技 (MarTech) 市场监管&标准体系
 - 1.4.1 营销科技 (MarTech) 监管体系及机构职能
 - 1、监管体系
 - 2、监管机构
 - 1.4.2 营销科技 (MarTech) 标准体系及建设进程
 - 1、标准建设
 - 2、现行标准
 - 3、重点标准
- 1.5 本报告数据来源及统计标准说明
 - 1.5.1 本报告权威数据来源
 - 1.5.2 本报告研究方法及统计标准

——现状篇——

第2章：全球营销科技 (MarTech) 发展现状及趋势

- 2.1 全球营销科技 (MarTech) 发展历程
- 2.2 全球营销科技 (MarTech) 技术进展
- 2.4 全球营销科技 (MarTech) 公司数量
- 2.5 全球营销科技 (MarTech) 细分领域发展
- 2.6 全球营销科技 (MarTech) 市场规模体量
- 2.7 全球营销科技 (MarTech) 投融资状况
- 2.8 全球营销科技 (MarTech) 竞争格局
- 2.9 全球营销科技 (MarTech) 并购交易
- 2.10 全球营销科技 (MarTech) 区域解读——美国
- 2.11 全球营销科技 (MarTech) 市场前景预测
- 2.12 全球营销科技 (MarTech) 发展趋势洞悉

第3章：中国营销科技 (MarTech) 发展现状及规模

- 3.1 中国营销科技 (MarTech) 发展历程
- 3.2 中国营销科技 (MarTech) 技术进展
 - 3.2.1 科研投入力度&强度
 - 3.2.2 科研创新成果&转化
 - 1、专利申请
 - 2、专利公开
 - 3、热门申请人
 - 4、热门技术
 - 3.2.3 新一代信息技术赋能
 - 1、云计算技术

- 2、物联网技术
- 3、人工智能技术
- 4、区块链技术
- 5、5G通信
- 6、大数据技术
- 7、虚拟现实技术

3.3 中国营销科技 (MarTech) 投融资

- 3.3.1 营销科技 (MarTech) 投融资事件盘点
- 3.3.2 营销科技 (MarTech) 投融资次数
- 3.3.3 营销科技 (MarTech) 投融资规模
- 3.3.4 营销科技 (MarTech) 投融资赛道
- 3.3.5 营销科技 (MarTech) 投融资轮次
- 3.3.6 营销科技 (MarTech) 投资机构

3.4 中国营销科技 (MarTech) 兼并重组

- 3.4.1 营销科技 (MarTech) 兼并重组阶段、方式及动因
- 3.4.2 营销科技 (MarTech) 兼并重组事件汇总
- 3.4.3 营销科技 (MarTech) 兼并重组案例分析

3.5 中国营销科技 (MarTech) IPO动态

3.6 中国营销科技 (MarTech) 市场主体

- 3.6.1 营销科技 (MarTech) 市场主体类型
- 3.6.2 营销科技 (MarTech) 企业进场方式
- 3.6.3 营销科技 (MarTech) 注册/存续企业

3.7 中国数字经济发展现状

3.8 中国数字营销市场现状

3.9 中国营销科技 (MarTech) 市场需求分析

- 3.9.1 谁需要：中国企业总数
- 3.9.2 为什么需求：营销科技 (MarTech) 能够解决的企业营销痛点
- 3.9.3 需求意愿：中国企业营销科技投入意愿持续提升
- 3.9.4 投入意向：客户关系管理 (CRM&SCRM) 排在首位
- 3.9.5 应用现状：中国企业营销科技应用现状调研

3.10 中国营销科技 (MarTech) 市场规模体量

3.11 中国营销科技 (MarTech) 发展痛点及挑战

- 3.11.1 数据合规
- 3.11.2 隐私保护
- 3.11.3 网络安全

第4章：营销科技 (MarTech) 产业链全景梳理

4.1 营销科技 (MarTech) 产业链结构梳理

4.2 营销科技 (MarTech) 产业链生态图谱

4.3 营销科技 (MarTech) 产业竞争格局

- 4.3.1 营销科技 (MarTech) 市场竞争态势
- 4.3.2 营销科技 (MarTech) 市场竞争格局
- 4.3.3 营销科技 (MarTech) 市场集中度

4.4 营销科技 (MarTech) 产业链区域热力图

4.5 营销科技 (MarTech) 项目成本投入结构

4.6 企业/品牌营销价值链及营销科技应用价值

- 4.6.1 用户洞察
- 4.6.2 用户拉新
- 4.6.3 用户转化和留存

4.7 营销科技 (MarTech) ——IT支持

- 4.7.1 营销科技 (MarTech) ——IT支持概述
- 4.7.2 网络基础设施
- 4.7.3 互联网普及率
- 4.7.4 中国IT支出水平
- 4.7.5 中国IT支出明细
- 4.7.6 中国软件及服务发展
- 4.7.7 中国中小型企业 (SMB) IT支出规模

4.8 营销科技 (MarTech) ——触点

- 4.8.1 营销科技 (MarTech) ——触点概述
- 4.8.2 PC端

- 4.8.3 移动端
- 4.8.4 智能电视
- 4.8.5 数字户外
- 4.8.6 线下门店

第5章：营销科技 (MarTech) 之数据管理 (Data)

5.1 营销科技 (MarTech) ——数据源

- 5.1.1 营销科技 (MarTech) 之数据来源
- 5.1.2 第一方数据
- 5.1.3 第二方数据
- 5.1.4 第三方数据

5.2 营销科技 (MarTech) 之数据分析与测试

- 5.2.1 数据分析与测试概述
- 5.2.2 受众数据分析
- 5.2.3 移动应用/小程序/网页分析
- 5.2.4 归因分析

5.3 营销科技 (MarTech) 之数据可视化

- 5.3.1 数据可视化概述
- 5.3.2 数据可视化市场概况
- 5.3.3 数据可视化发展趋势

5.4 营销科技 (MarTech) 之数据中台

- 5.4.1 数据中台概述
- 5.4.2 数据中台市场概况
- 5.4.3 数据中台发展趋势

5.5 营销科技 (MarTech) 之数据安全

- 5.5.1 数据安全概述
- 5.5.2 数据安全市场概况
- 5.5.3 数据安全发展趋势

5.6 中国营销科技 (MarTech) 细分市场战略地位分析

第6章：营销科技 (MarTech) 细分应用技术分析

6.1 营销科技 (MarTech) 细分应用技术分布

6.1.1 广告与推广 (Advertising & Promotion)

- 1、应用场景
- 2、服务内容

6.1.2 内容与体验 (Content & Experience)

- 1、应用场景
- 2、服务内容
 - (1) 内容创意设计
 - (2) 视频营销与视频技术
 - (3) 内容管理与分发
 - (4) 其他

6.1.3 社交与关系 (Social & Relationship)

- 1、应用场景
- 2、服务内容 (CRM、SCRM、营销自动化、PRA流程自动化等)

6.1.4 交易与销售 (Commerce & Sales)

- 1、应用场景
- 2、服务内容 (直播、小程序、SEO、场景化渠道、智能客服等)

6.1.5 营销管理 (Management)

6.2 营销科技 (MarTech) 细分市场：程序化广告 (Programmatic Advertising)

6.2.1 程序化广告 (Programmatic Advertising) 概述

6.2.2 需求方平台 (Demand Side Platform, DSP)

6.2.3 采购交易平台 (Trading Desk, TD)

6.2.4 供应方平台 (Supply Side Platform, SSP)

6.2.5 在线广告联盟 (AD Network, ADN)

6.2.6 广告交易平台 (AD Exchange, ADX)

6.2.7 程序化广告 (Programmatic Advertising) 发展趋势

6.3 营销科技 (MarTech) 细分市场：营销自动化 (MA)

6.3.1 营销自动化 (MA) 概述

6.3.2 营销自动化 (MA) 市场概况

- 1、发展现状

- 2、竞争格局
- 6.3.3 营销自动化 (MA) 发展趋势
- 6.4 营销科技 (MarTech) 细分市场: CRM/DMP/CDP/CEM**
- 6.4.1 CRM/DMP/CDP/CEM概述
- 6.4.2 CRM (客户关系管理) 市场现状与竞争格局
- 6.4.3 DMP (数据管理平台) 市场现状与竞争格局
- 6.4.4 CDP (客户数据中台) 市场现状与竞争格局
- 6.4.5 CEM (客户体验管理) 市场现状与竞争格局
- 6.5 营销科技 (MarTech) 细分市场: 营销云**
- 6.5.1 营销云概述
- 6.5.2 营销云市场概况
- 6.5.3 营销云发展趋势
- 6.6 营销科技 (MarTech) 细分市场: 营销SaaS**
- 6.6.1 营销SaaS概述
- 6.6.2 营销SaaS市场概况
- 6.6.3 营销SaaS发展趋势
- 6.7 营销科技 (MarTech) 细分市场: AI营销**
- 6.7.1 AI营销概述
- 6.7.2 AI营销市场概况
- 6.7.3 AI营销发展趋势
- 6.8 中国营销科技 (MarTech) 行业细分市场战略地位分析**
- 第7章: 营销科技 (MarTech) 细分应用领域分析**
- 7.1 营销科技 (MarTech) 行业应用领域分布**
- 7.2 营销科技 (MarTech) 细分应用: 电子商务**
- 7.2.1 电子商务发展状况
 - 1、电子商务发展现状
 - 2、电子商务发展趋势
- 7.2.2 电子商务领域营销科技 (MarTech) 应用概述
- 7.2.3 电子商务领域营销科技 (MarTech) 市场现状
- 7.2.4 电子商务领域营销科技 (MarTech) 需求潜力
- 7.3 营销科技 (MarTech) 细分应用: 移动商务**
- 7.3.1 移动商务发展状况
 - 1、移动商务发展现状
 - 2、移动商务发展趋势
- 7.3.2 移动商务领域营销科技 (MarTech) 应用概述
- 7.3.3 移动商务领域营销科技 (MarTech) 市场现状
- 7.3.4 移动商务领域营销科技 (MarTech) 需求潜力
- 7.4 营销科技 (MarTech) 细分应用: 互联网广告**
- 7.4.1 互联网广告发展状况
 - 1、互联网广告发展现状
 - (1) 广告市场规模
 - (2) 广告投放渠道
 - (3) 重点行业广告投放
 - 2、互联网广告发展趋势
- 7.4.2 互联网广告领域营销科技 (MarTech) 应用概述
- 7.4.3 互联网广告领域营销科技 (MarTech) 市场现状
- 7.4.4 互联网广告领域营销科技 (MarTech) 需求潜力
- 7.5 营销科技 (MarTech) 细分应用: 视频及直播营销**
- 7.5.1 视频及直播营销发展状况
 - 1、视频及直播营销发展现状
 - 2、视频及直播营销发展趋势
- 7.5.2 视频及直播营销领域营销科技 (MarTech) 应用概述
- 7.5.3 视频及直播营销领域营销科技 (MarTech) 市场现状
- 7.5.4 视频及直播营销领域营销科技 (MarTech) 需求潜力
- 7.6 营销科技 (MarTech) 细分应用: 其他**
- 7.6.1 在线口碑及用户生成内容
- 7.6.2 在线社群
- 7.6.3 社交网络
- 7.6.4 人工智能

7.7 中国营销科技 (MarTech) 细分应用市场战略地位分析

第8章：全球及中国营销科技 (MarTech) 企业案例解析

8.1 全球及中国营销科技 (MarTech) 企业梳理与对比

8.2 全球营销科技 (MarTech) 企业案例分析 (不分先后, 可指定)

8.2.1 Adobe

- 1、企业基本信息
- 2、企业经营情况
- 3、企业业务架构及营销科技 (MarTech) 业务布局
- 4、企业全球市场布局及在华策略

8.2.2 Salesforce

- 1、企业基本信息
- 2、企业经营情况
- 3、企业业务架构及营销科技 (MarTech) 业务布局
- 4、企业全球市场布局及在华策略

8.3 中国营销科技 (MarTech) 企业案例分析 (不分先后, 可指定)

8.3.1 神策网络科技 (北京) 有限公司——神策数据

- 1、企业基本信息
- 2、企业经营情况
- 3、企业业务架构
- 4、企业营销科技 (MarTech) 业务布局
- 5、企业营销科技 (MarTech) 服务领域
- 6、企业营销科技 (MarTech) 项目案例
- 7、企业业务布局战略&优劣势

8.3.2 北京明略软件系统有限公司——明略科技

- 1、企业基本信息
- 2、企业经营情况
- 3、企业业务架构
- 4、企业营销科技 (MarTech) 业务布局
- 5、企业营销科技 (MarTech) 服务领域
- 6、企业营销科技 (MarTech) 项目案例
- 7、企业业务布局战略&优劣势

8.3.3 北京易数科技有限公司——GrowingIO

- 1、企业基本信息
- 2、企业经营情况
- 3、企业业务架构
- 4、企业营销科技 (MarTech) 业务布局
- 5、企业营销科技 (MarTech) 服务领域
- 6、企业营销科技 (MarTech) 项目案例
- 7、企业业务布局战略&优劣势

8.3.4 北京乐享互动网络科技股份有限公司——乐享互动

- 1、企业基本信息
- 2、企业经营情况
- 3、企业业务架构
- 4、企业营销科技 (MarTech) 业务布局
- 5、企业营销科技 (MarTech) 服务领域
- 6、企业营销科技 (MarTech) 项目案例
- 7、企业业务布局战略&优劣势

8.3.5 广州若羽臣科技股份有限公司——若羽臣

- 1、企业基本信息
- 2、企业经营情况
- 3、企业业务架构
- 4、企业营销科技 (MarTech) 业务布局
- 5、企业营销科技 (MarTech) 服务领域
- 6、企业营销科技 (MarTech) 项目案例
- 7、企业业务布局战略&优劣势

8.3.6 辉煌明天科技控股有限公司——辉煌明天

- 1、企业基本信息
- 2、企业经营情况
- 3、企业业务架构

- 4、企业营销科技 (MarTech) 业务布局
- 5、企业营销科技 (MarTech) 服务领域
- 6、企业营销科技 (MarTech) 项目案例
- 7、企业业务布局战略&优劣势
- 8.3.7 云想科技控股有限公司——云想科技
 - 1、企业基本信息
 - 2、企业经营情况
 - 3、企业业务架构
 - 4、企业营销科技 (MarTech) 业务布局
 - 5、企业营销科技 (MarTech) 服务领域
 - 6、企业营销科技 (MarTech) 项目案例
 - 7、企业业务布局战略&优劣势
- 8.3.8 北京滴普科技有限公司——滴普科技
 - 1、企业基本信息
 - 2、企业经营情况
 - 3、企业业务架构
 - 4、企业营销科技 (MarTech) 业务布局
 - 5、企业营销科技 (MarTech) 服务领域
 - 6、企业营销科技 (MarTech) 项目案例
 - 7、企业业务布局战略&优劣势
- 8.3.9 杭州有赞科技有限公司——有赞
 - 1、企业基本信息
 - 2、企业经营情况
 - 3、企业业务架构
 - 4、企业营销科技 (MarTech) 业务布局
 - 5、企业营销科技 (MarTech) 服务领域
 - 6、企业营销科技 (MarTech) 项目案例
 - 7、企业业务布局战略&优劣势
- 8.3.10 上海微盟企业发展有限公司
 - 1、企业基本信息
 - 2、企业经营情况
 - 3、企业业务架构
 - 4、企业营销科技 (MarTech) 业务布局
 - 5、企业营销科技 (MarTech) 服务领域
 - 6、企业营销科技 (MarTech) 项目案例
 - 7、企业业务布局战略&优劣势

——展望篇——

第9章：营销科技 (MarTech) 市场前景及发展趋势洞悉

- 9.1 营销科技 (MarTech) SWOT分析 (优势/劣势/机会/威胁)
- 9.2 营销科技 (MarTech) 发展潜力评估
- 9.3 营销科技 (MarTech) 未来关键增长点
- 9.4 营销科技 (MarTech) 发展前景预测 (未来5年预测)
- 9.5 营销科技 (MarTech) 发展趋势洞悉
 - 9.5.1 行业整体发展趋势
 - 9.5.2 市场竞争趋势
 - 9.5.3 技术创新趋势
 - 9.5.4 细分市场趋势

第10章：营销科技 (MarTech) 投资战略规划策略及建议

- 10.1 营销科技 (MarTech) 进入与退出壁垒
 - 10.1.1 营销科技 (MarTech) 进入壁垒分析
 - 1、资金壁垒
 - 2、技术壁垒
 - 3、准入壁垒
 - 4、人才壁垒
 - 5、资源壁垒
 - 6、品牌壁垒
 - 10.1.2 营销科技 (MarTech) 退出壁垒分析
- 10.2 营销科技 (MarTech) 投资风险预警
- 10.3 营销科技 (MarTech) 投资机会分析

- 10.3.1 营销科技 (MarTech) 产业链薄弱环节投资机会
- 10.3.2 营销科技 (MarTech) 细分领域投资机会
- 10.3.3 营销科技 (MarTech) 区域市场投资机会
- 10.3.4 营销科技 (MarTech) 产业空白点投资机会
- 10.4 营销科技 (MarTech) 投资价值评估**
- 10.5 营销科技 (MarTech) 投资策略建议**
- 10.6 营销科技 (MarTech) 可持续发展建议**

图表目录

- 图表1: 营销科技 (MarTech) 的定义
- 图表2: 营销科技 (MarTech) 与广告技术 (AdTech)
- 图表3: 营销科技 (MarTech) 专业术语
- 图表4: 本报告研究领域所处行业 (一)
- 图表5: 本报告研究领域所处行业 (二)
- 图表6: 营销科技 (MarTech) 产业生态
- 图表7: 本报告研究范围界定
- 图表8: 中国营销科技 (MarTech) 监管体系结构示意图
- 图表9: 中国营销科技 (MarTech) 监管机构及其职能
- 图表10: 中国营销科技 (MarTech) 标准体系框架&建设进程
- 图表11: 中国营销科技 (MarTech) 现行&即将实施标准汇总
- 图表12: 中国营销科技 (MarTech) 重点标准及其影响解读
- 图表13: 本报告权威数据资料来源汇总
- 图表14: 本报告的主要研究方法 & 统计标准说明
- 图表15: 全球营销科技 (MarTech) 发展历程
- 图表16: 全球营销科技 (MarTech) 技术进展
- 图表17: 全球营销科技 (MarTech) 发展
- 图表18: 全球营销科技 (MarTech) 细分领域发展
- 图表19: 全球营销科技 (MarTech) 市场规模体量分析
- 图表20: 全球营销科技 (MarTech) 投融资状况
- 图表21: 全球营销科技 (MarTech) 竞争格局
- 图表22: 全球营销科技 (MarTech) 兼并重组
- 图表23: 全球营销科技 (MarTech) 区域发展格局
- 图表24: 全球营销科技 (MarTech) 市场前景预测 (未来5年预测)
- 图表25: 全球营销科技 (MarTech) 发展趋势洞悉
- 图表26: 中国营销科技 (MarTech) 发展历程
- 图表27: 营销科技 (MarTech) 科研投入力度&强度
- 图表28: 营销科技 (MarTech) 科研创新成果&转化
- 图表29: 营销科技 (MarTech) 关键技术现状与突破
- 图表30: 营销科技 (MarTech) 最新技术动态
- 图表31: 营销科技 (MarTech) 技术发展方向
- 图表32: 营销科技 (MarTech) 主要资金来源
- 图表33: 营销科技 (MarTech) 投融资主体
- 图表34: 营销科技 (MarTech) 投融资汇总
- 图表35: 营销科技 (MarTech) 投融资规模
- 图表36: 营销科技 (MarTech) 投融资解读
- 图表37: 营销科技 (MarTech) 兼并与重组动因及方式
- 图表38: 营销科技 (MarTech) 兼并与重组事件汇总
- 图表39: 营销科技 (MarTech) 兼并与重组案例分析
- 图表40: 营销科技 (MarTech) 兼并与重组案例分析
- 图表41: 营销科技 (MarTech) 兼并重组阶段、方式及动因
- 图表42: 营销科技 (MarTech) 市场主体类型
- 图表43: 营销科技 (MarTech) 企业进场方式
- 图表44: 营销科技 (MarTech) 市场规模体量分析
- 图表45: 中国营销科技 (MarTech) 发展痛点及挑战
- 图表46: 营销科技 (MarTech) 产业链结构梳理

- 图表47: 营销科技 (MarTech) 产业链生态图谱
- 图表48: 营销科技 (MarTech) 市场竞争态势
- 图表49: 营销科技 (MarTech) 市场竞争格局
- 图表50: 营销科技 (MarTech) 市场集中度
- 图表51: 营销科技 (MarTech) 产业链区域热力图
- 图表52: 营销科技 (MarTech) 项目成本投入结构
- 图表53: 营销科技 (MarTech) ——IT支持市场发展现状
- 图表54: 营销科技 (MarTech) ——触点市场发展现状
- 图表55: 数据分析市场概况
- 图表56: 数据可视化市场概况
- 图表57: 数据可视化发展趋势
- 图表58: 数据中台市场概况
- 图表59: 数据中台发展趋势
- 图表60: 中国营销科技 (MarTech) 细分市场战略地位分析
- 图表61: 中国营销科技 (MarTech) 细分应用场景分布
- 图表62: 程序化广告 (Programmatic Advertising) 市场概况
- 图表63: 程序化广告 (Programmatic Advertising) 发展趋势
- 图表64: 营销自动化 (MA) 市场概况
- 图表65: 营销自动化 (MA) 发展趋势
- 图表66: CRM/DMP/CDP/CEM市场概况
- 图表67: CRM/DMP/CDP/CEM发展趋势
- 图表68: 营销云市场概况
- 图表69: 营销云发展趋势
- 图表70: 中国营销科技 (MarTech) 行业细分市场战略地位分析
- 图表71: 中国营销科技 (MarTech) 细分应用市场结构
- 图表72: 电子商务发展现状
- 图表73: 电子商务发展趋势
- 图表74: 电子商务领域营销科技 (MarTech) 应用概述
- 图表75: 电子商务领域营销科技 (MarTech) 市场现状
- 图表76: 电子商务领域营销科技 (MarTech) 需求潜力
- 图表77: 移动商务发展现状
- 图表78: 移动商务发展趋势
- 图表79: 移动商务领域营销科技 (MarTech) 应用概述
- 图表80: 移动商务领域营销科技 (MarTech) 市场现状
- 图表81: 移动商务领域营销科技 (MarTech) 需求潜力
- 图表82: 互联网广告发展现状
- 图表83: 互联网广告发展趋势
- 图表84: 互联网广告领域营销科技 (MarTech) 应用概述
- 图表85: 互联网广告领域营销科技 (MarTech) 市场现状
- 图表86: 互联网广告领域营销科技 (MarTech) 需求潜力
- 图表87: 营销科技 (MarTech) 细分应用波士顿矩阵分析
- 图表88: 全球及中国营销科技 (MarTech) 企业梳理与对比
- 图表89: 神策网络科技 (北京) 有限公司发展历程
- 图表90: 神策网络科技 (北京) 有限公司基本信息表
- 图表91: 神策网络科技 (北京) 有限公司股权穿透图
- 图表92: 神策网络科技 (北京) 有限公司经营情况
- 图表93: 神策网络科技 (北京) 有限公司营销科技 (MarTech) 业务布局
- 图表94: 神策网络科技 (北京) 有限公司营销科技 (MarTech) 服务领域
- 图表95: 神策网络科技 (北京) 有限公司营销科技 (MarTech) 项目案例
- 图表96: 神策网络科技 (北京) 有限公司业务布局战略&优劣势
- 图表97: 北京明略软件系统有限公司发展历程
- 图表98: 北京明略软件系统有限公司基本信息表
- 图表99: 北京明略软件系统有限公司股权穿透图
- 图表100: 北京明略软件系统有限公司经营情况
- 图表101: 北京明略软件系统有限公司营销科技 (MarTech) 业务布局
- 图表102: 北京明略软件系统有限公司营销科技 (MarTech) 服务领域
- 图表103: 北京明略软件系统有限公司营销科技 (MarTech) 项目案例
- 图表104: 北京明略软件系统有限公司业务布局战略&优劣势
- 图表105: 北京易数科技有限公司发展历程

图表106: 北京易数科技有限公司基本信息表
图表107: 北京易数科技有限公司股权穿透图
图表108: 北京易数科技有限公司经营情况
图表109: 北京易数科技有限公司营销科技 (MarTech) 业务布局
图表110: 北京易数科技有限公司营销科技 (MarTech) 服务领域
图表111: 北京易数科技有限公司营销科技 (MarTech) 项目案例
图表112: 北京易数科技有限公司业务布局战略&优劣势
图表113: 北京乐享互动网络科技股份有限公司发展历程
图表114: 北京乐享互动网络科技股份有限公司基本信息表
图表115: 北京乐享互动网络科技股份有限公司股权穿透图
图表116: 北京乐享互动网络科技股份有限公司经营情况
图表117: 北京乐享互动网络科技股份有限公司营销科技 (MarTech) 业务布局
图表118: 北京乐享互动网络科技股份有限公司营销科技 (MarTech) 服务领域
图表119: 北京乐享互动网络科技股份有限公司营销科技 (MarTech) 项目案例
图表120: 北京乐享互动网络科技股份有限公司业务布局战略&优劣势
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!