|  |
| --- |
| [2025-2031年中国网络精准营销行业发展现状调研与发展趋势分析报告](https://www.20087.com/8/51/WangLuoJingZhunYingXiaoShiChangX.html) |



#### [中国市场调研网](https://www.20087.com/)

[www.20087.com](https://www.20087.com/)

一、基本信息

|  |  |
| --- | --- |
| 名称： | [2025-2031年中国网络精准营销行业发展现状调研与发展趋势分析报告](https://www.20087.com/8/51/WangLuoJingZhunYingXiaoShiChangX.html) |
| 报告编号： | 2288518　　←电话咨询时，请说明该编号。 |
| 市场价： | 电子版：8200 元　　纸介＋电子版：8500 元 |
| 优惠价： | 电子版：7360 元　　纸介＋电子版：7660 元　　可提供增值税专用发票 |
| 咨询电话： | 400 612 8668、010-66181099、010-66182099、010-66183099 |
| Email： | Kf@20087.com |
| 在线阅读： | [<https://www.20087.com/8/51/WangLuoJingZhunYingXiaoShiChangX.html>](https://www.20087.com/2/95/ZhiNengXiWanJiShiChangQianJingYuCe.html) |
| 温馨提示： | 订购英文、日文等版本报告，请拨打订购咨询电话或发邮件咨询。 |

二、内容简介

　　网络精准营销已经成为现代营销策略中的重要组成部分。随着大数据和人工智能技术的进步，企业能够更加精确地分析用户的行为和偏好，从而实现更加个性化的营销。此外，社交媒体平台的发展也为精准营销提供了新的渠道和工具。通过分析用户的社交行为和兴趣点，营销人员可以更有效地定位目标受众，提高营销活动的投资回报率。  
　　未来，网络精准营销将更加注重个性化和实时性。一方面，随着物联网技术的发展，营销人员将能够利用更多的数据源来构建更加细致的用户画像，实现更加个性化的营销信息推送。另一方面，实时营销将成为一个重要的趋势，企业将能够即时响应用户的行动和反馈，提供更加及时的服务和支持。此外，随着消费者对隐私保护意识的增强，营销策略将更加注重透明度和用户授权。  
　　《[2025-2031年中国网络精准营销行业发展现状调研与发展趋势分析报告](https://www.20087.com/8/51/WangLuoJingZhunYingXiaoShiChangX.html)》全面梳理了网络精准营销产业链，结合市场需求和市场规模等数据，深入剖析网络精准营销行业现状。报告详细探讨了网络精准营销市场竞争格局，重点关注重点企业及其品牌影响力，并分析了网络精准营销价格机制和细分市场特征。通过对网络精准营销技术现状及未来方向的评估，报告展望了网络精准营销市场前景，预测了行业发展趋势，同时识别了潜在机遇与风险。报告采用科学、规范、客观的分析方法，为相关企业和决策者提供了权威的战略建议和行业洞察。  
  
第一章 网络精准营销的相关概念界定  
　　1.1 网络营销的定义及分类  
　　　　1.1.1 网络营销的定义  
　　　　1.1.2 网络营销的分类  
　　1.2 网络精准营销的定义  
　　　　1.2.1 精准营销的定义及特点  
　　　　1.2.2 网络精准营销的定义  
　　　　1.2.3 网络精准营销的特点  
　　1.3 大数据时代下精准营销的演变  
　　　　1.3.1 IP小时代下的双向互联网精准营销  
　　　　1.3.2 精准营销——大数据唯一商业化应用途径  
　　　　1.3.3 互联网精准营销盛宴全面开启  
　　　　1.3.4 移动互联时代下广告的“质变”  
  
第二章 网络精准营销的发展背景分析  
　　2.1 网络精准营销发展的社会背景  
　　　　2.1.1 参与性时代到来，消费者合作化趋势增强  
　　　　（1）社会化媒体发展，促使消费者转向合作  
　　　　（2）信贷危机出现，营销的信任关系转向水平化  
　　　　2.1.2 移动端网民规模迅猛增长，上网时长不断增加  
　　　　2.1.3 大传媒格局改变，移动广告行业快速发展  
　　2.2 网络精准营销发展的商业背景  
　　　　2.2.1 世界营销理念的变革及营销3.0革命  
　　　　（1）世界营销理念的变迁  
　　　　（2）营销3.0革命的出现  
　　　　1）协同创新  
　　　　2）社区化  
　　　　3）特征塑造  
　　　　2.2.2 移动电商市场规模迅猛增长  
　　　　2.2.3 传统行业与移动互联网的融合步伐加快  
　　2.3 网络精准营销发展的技术背景  
　　　　2.3.1 4G的接入及其商业价值  
　　　　（1）4G网络通信技术的优点  
　　　　（2）中国4G网络通信技术应用现状  
　　　　1）中国4G基站建设情况  
　　　　2）中国4G网络的覆盖率  
　　　　3）中国4G用户规模分析  
　　　　（3）4G网络通信技术带来的商业变革  
　　　　1）速率和用户体验的推动整个移动互联网行业的创新发展  
　　　　2）成本降低将会使得移动互联网渗透率更高  
　　　　3）智能化的发展将会促使企业的商业模式和商业活动发生颠覆性创新变革  
　　　　2.3.2 大数据的发展及带来的商业价值  
　　　　（1）大数据的定义和发展现状  
　　　　（2）大数据发展带来的商业价值  
　　　　2.3.3 LBS技术的发展及其带来的商业价值  
　　　　（1）LBS位置服务技术发展现状  
　　　　（2）LBS技术带来的商业价值  
　　　　1）LBS的商业价值应用方向  
　　　　2）基于LBS的移动互联网的应用模式  
　　　　2.3.4 手机二维码技术的发展及其带来的商业价值  
　　　　（1）手机二维码的定义及应用模式  
　　　　（2）手机二维码技技术带来的商业价值  
　　　　1）将优惠券等促销凭证制作成二维码  
　　　　2）使用二维码支付  
　　　　3）使用二维码实现资讯阅读的延伸  
　　　　4）二维码管理生产，质量监控有保障  
  
第三章 网络精准营销的产业背景分析  
　　3.1 互联网广告发展现状分析  
　　　　3.1.1 互联网广告市场规模分析  
　　　　3.1.2 互联网广告市场结构分析  
　　　　（1）按形式划分  
　　　　（2）按网站类型  
　　　　（3）按收费方式  
　　　　3.1.3 互联网广告投放主要行业  
　　　　3.1.4 移动互联网广告市场分析  
　　　　（1）移动互联网广告发展历程  
　　　　（2）移动互联网广告评价指标  
　　　　（3）移动互联网广告产业链日益完善  
　　　　（4）移动互联网广告盈利模式  
　　　　（5）移动互联网广告市场规模  
　　　　（6）移动程序化购买产业链正在快速完善  
　　3.2 互联网广告行业竞争分析  
　　　　3.2.1 互联网广告行业竞争概况  
　　　　3.2.2 互联网广告与传统媒体广告的竞争  
　　　　（1）互联网与传统媒体广告规模对比  
　　　　（2）互联网与传统媒体广告效果对比  
　　　　（3）互联网与传统媒体广告自适性分析  
　　　　（4）互联网与传统媒体广告发展速度对比  
　　　　3.2.3 互联网广告市场内部竞争分析  
　　　　（1）互联网广告市场竞争态势分析  
　　　　（2）互联网广告市场竞争格局分析  
　　　　（3）互联网广告市场产业链分析  
　　3.3 互联网广告细分领域分析  
　　　　3.3.1 展示类互联网广告  
　　　　3.3.2 关键字搜索广告  
　　　　3.3.3 在线视频广告  
　　　　3.3.4 搜索引擎广告  
　　　　3.3.5 门户网站广告  
  
第四章 网络精准营销的发展现状分析  
　　4.1 细化、平合化是箱准营销产业链变迁主流  
　　　　4.1.1 程序化购买大风起  
　　　　4.1.2 需求方与供给方——两极化战略  
　　　　（1）广告主的移动化、精准化战略大势所趋  
　　　　（2）供给媒体端的结构化寡头格局显着  
　　　　4.1.3 中间方——平合化产业链融合战略  
　　　　（1）DSP浪潮风起云涌  
　　　　（2）DiNP精准营销拳头角色  
　　　　（3）AdExchan罗和SSP-BAT的天下  
　　4.2 移动精准营销四维度、三主线立体逻辑  
　　　　4.2.1 基于互联网巨头的精准营销四维评价体系  
　　　　（1）信息流广告——FACE BOOK  
　　　　（2）搜索广告——GOOGLK  
　　　　（3）电商广告——亚马逊  
　　　　（4）视频广告  
　　　　4.2.2 BAT寡占下的精准营销产业链三大投资逻辑  
　　　　（1）阿里  
　　　　（2）腾讯  
　　　　（3）百度  
　　4.3 网络精准营销发展现状分析  
　　　　4.3.1 网络精准营销发展历程  
　　　　4.3.2 网络精准营销市场规模  
　　　　4.3.3 网络精准营销需求分析  
　　　　4.3.4 网络精准营销表现形式  
　　　　4.3.5 网络精准营销现存问题分析  
　　　　4.3.6 网络精准营销主要对策分析  
　　4.4 网络精准营销RTB系统分析  
　　　　4.4.1 RTB相关概述  
　　　　（1）RTB介绍  
　　　　（2）RTB产业链分析  
　　　　（3）RTB交易流程  
　　　　（4）RTB营销优势  
　　　　4.4.2 RTB发展现状  
　　　　（1）全球RTB发展规模分析  
　　　　（2）中国RTB发展规模分析  
　　　　（3）国内RTB生态圈：分工尚不明确  
　　　　4.4.3 RTB产业链布局  
　　　　4.4.4 RTB面临的机遇和挑战  
  
第五章 主要网络精准营销推广模式分析  
　　5.1 搜索引擎精准营销  
　　　　5.1.1 搜索引擎精准营销价值分析  
　　　　5.1.2 搜索引擎精准营销现状分析  
　　　　5.1.3 搜索引擎精准营销推广模式  
　　　　5.1.4 搜索引擎精准营销优秀案例  
　　　　5.1.5 搜索引擎精准营销发展趋势  
　　5.2 微信精准营销  
　　　　5.2.1 微信精准营销价值分析  
　　　　5.2.2 微信精准营销现状分析  
　　　　5.2.3 微信精准营销推广模式  
　　　　5.2.4 微信精准营销优秀案例  
　　　　5.2.5 微信精准营销发展趋势  
　　5.3 微博精准营销  
　　　　5.3.1 微博精准营销价值分析  
　　　　5.3.2 微博精准营销现状分析  
　　　　5.3.3 微博精准营销推广模式  
　　　　5.3.4 微博精准营销优秀案例  
　　　　5.3.5 微博精准营销发展趋势  
　　5.4 电商精准营销  
　　　　5.4.1 电商精准营销价值分析  
　　　　5.4.2 电商精准营销现状分析  
　　　　5.4.3 电商精准营销推广模式  
　　　　5.4.4 电商精准营销优秀案例  
　　　　5.4.5 电商精准营销发展趋势  
　　5.5 知识型精准营销  
　　　　5.5.1 知识型精准营销价值分析  
　　　　5.5.2 知识型精准营销现状分析  
　　　　5.5.3 知识型精准营销推广模式  
　　　　5.5.4 知识型精准营销优秀案例  
　　　　5.5.5 知识型精准营销发展趋势  
　　5.6 富媒体精准营销  
　　　　5.6.1 富媒体精准营销价值分析  
　　　　5.6.2 富媒体精准营销现状分析  
　　　　5.6.3 富媒体精准营销推广模式  
　　　　5.6.4 富媒体精准营销优秀案例  
　　　　5.6.5 富媒体精准营销发展趋势  
　　5.7 电子邮件精准营销  
　　　　5.7.1 电子邮件精准营销价值分析  
　　　　5.7.2 电子邮件精准营销现状分析  
　　　　5.7.3 电子邮件精准营销推广模式  
　　　　5.7.4 电子邮件精准营销优秀案例  
　　　　5.7.5 电子邮件精准营销发展趋势  
  
第六章 中-智林-　网络精准营销重点企业分析  
　　6.1 优蜜移动  
　　　　6.1.1 公司发展简况  
　　　　6.1.2 公司经营情况分析  
　　　　6.1.3 公司网络精准营销优势分析  
　　　　6.1.4 公司网络精准营销业务分析  
　　6.2 银橙传媒  
　　　　6.2.1 公司发展简况  
　　　　6.2.2 公司经营情况分析  
　　　　6.2.3 公司网络精准营销优势分析  
　　　　6.2.4 公司网络精准营销业务分析  
　　6.3 哇棒传媒  
　　　　6.3.1 公司发展简况  
　　　　6.3.2 公司经营情况分析  
　　　　6.3.3 公司网络精准营销优势分析  
　　　　6.3.4 公司网络精准营销业务分析  
　　6.4 道有道  
　　　　6.4.1 公司发展简况  
　　　　6.4.2 公司经营情况分析  
　　　　6.4.3 公司网络精准营销优势分析  
　　　　6.4.4 公司网络精准营销业务分析  
　　6.5 璧合科技  
　　　　6.5.1 公司发展简况  
　　　　6.5.2 公司经营情况分析  
　　　　6.5.3 公司网络精准营销优势分析  
　　　　6.5.4 公司网络精准营销业务分析  
　　6.6 拓尔思  
　　　　6.6.1 公司发展简况  
　　　　6.6.2 公司经营情况分析  
　　　　6.6.3 公司网络精准营销优势分析  
　　　　6.6.4 公司网络精准营销业务分析  
　　6.7 利欧股份  
　　　　6.7.1 公司发展简况  
　　　　6.7.2 公司经营情况分析  
　　　　6.7.3 公司网络精准营销优势分析  
　　　　6.7.4 公司网络精准营销业务分析  
　　6.8 腾信股份  
　　　　6.8.1 公司发展简况  
　　　　6.8.2 公司经营情况分析  
　　　　6.8.3 公司网络精准营销优势分析  
　　　　6.8.4 公司网络精准营销业务分析  
　　6.9 天龙集团  
　　　　6.9.1 公司发展简况  
　　　　6.9.2 公司经营情况分析  
　　　　6.9.3 公司网络精准营销优势分析  
　　　　6.9.4 公司网络精准营销业务分析  
　　6.10 华谊嘉信  
　　　　6.10.1 公司发展简况  
　　　　6.10.2 公司经营情况分析  
　　　　6.10.3 公司网络精准营销优势分析  
　　　　6.10.4 公司网络精准营销业务分析  
　　6.11 日月同行  
　　　　6.11.1 公司发展简况  
　　　　6.11.2 公司经营情况分析  
　　　　6.11.3 公司网络精准营销优势分析  
　　　　6.11.4 公司网络精准营销业务分析  
  
图表目录  
　　图表 1：网络营销的分类  
　　图表 2：精准营销的定义  
　　图表 3：精准营销与传统营销的对比  
　　图表 4：网络精准营销的定义  
　　图表 5：网络精准营销的特点  
　　图表 6：大数据行业应用图谱  
　　图表 7：企业运营的大数据价值金字塔  
　　图表 8：表达性社会媒体和合作性社会媒体的特点  
略……

了解《[2025-2031年中国网络精准营销行业发展现状调研与发展趋势分析报告](https://www.20087.com/8/51/WangLuoJingZhunYingXiaoShiChangX.html)》，报告编号：2288518，

请致电：400-612-8668、010-66181099、66182099、66183099，

Email邮箱：[Kf@20087.com](mailto:Kf@20087.com)

详细介绍：<https://www.20087.com/8/51/WangLuoJingZhunYingXiaoShiChangX.html>

热点：全网营销、网络精准营销六步法的顺序、百度贴吧引流推广方法、网络精准营销和大数据杀熟的关系、网络营销平台、网络精准营销的含义是什么?、拉新app推广接单平台、网络精准营销行为有哪些、精准营销

了解更多，请访问上述链接，以下无内容！