|  |
| --- |
| [2025-2031年中国AI营销市场全面调研与发展趋势](https://www.20087.com/0/67/AIYingXiaoFaZhanQuShi.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AI营销市场全面调研与发展趋势](https://www.20087.com/0/67/AIYingXiaoFaZhanQuShi.html) |
| 报告编号： | 2589670　　←电话咨询时，请说明该编号。 |
| 市场价： | 电子版：8500 元　　纸介＋电子版：8800 元 |
| 优惠价： | 电子版：7600 元　　纸介＋电子版：7900 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/0/67/AIYingXiaoFaZhanQuShi.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

　　AI营销利用人工智能技术，通过对海量用户数据的分析来预测消费者行为，从而制定个性化的营销策略。这种技术能够帮助企业更精准地定位目标客户群体，提高营销活动的效果和转化率。近年来，随着大数据和机器学习算法的快速发展，AI营销工具的功能越来越强大，不仅能自动执行广告投放、内容推荐等任务，还能根据反馈进行自我优化。这使得企业能够在竞争激烈的市场环境中获得竞争优势。
　　未来，AI营销的发展将主要集中在提升智能化程度和用户体验优化方面。一方面，通过集成更复杂的深度学习模型和自然语言处理技术，可以实现更加精细化的用户画像和情感分析，帮助品牌更好地理解消费者需求。此外，结合虚拟现实（VR）和增强现实（AR）技术，创造沉浸式的互动体验，有助于增强用户的参与感和忠诚度。另一方面，随着隐私保护法规的加强，如何在保障用户隐私的前提下有效利用数据，成为AI营销面临的一大挑战。因此，开发更加透明和可控的数据处理机制，将是未来发展的一个重要方向。同时，注重跨平台整合和多渠道协同，打造无缝衔接的全渠道营销生态系统，也是重要的一环。
　　《[2025-2031年中国AI营销市场全面调研与发展趋势](https://www.20087.com/0/67/AIYingXiaoFaZhanQuShi.html)》从市场规模、需求变化及价格动态等维度，系统解析了AI营销行业的现状与发展趋势。报告深入分析了AI营销产业链各环节，科学预测了市场前景与技术发展方向，同时聚焦AI营销细分市场特点及重点企业的经营表现，揭示了AI营销行业竞争格局与市场集中度变化。基于权威数据与专业分析，报告为投资者、企业决策者及信贷机构提供了清晰的市场洞察与决策支持，是把握行业机遇、优化战略布局的重要参考工具。

第一章 中国AI+营销行业发展现状分析
　　1.1 AI+营销行业发展现状
　　　　1.1.1 AI+营销发展历程
　　　　1.1.2 AI+营销发展现状
　　　　1.1.3 AI+营销发展规模
　　　　1.1.4 AI+营销发展特点
　　　　1.1.5 AI+营销发展趋势
　　　　1.1.6 AI+营销发展前景
　　1.2 AI+营销细分市场发展分析
　　　　1.2.1 垂直类门户AI+营销发展分析
　　　　1.2.2 社区类互动营销发展分析
　　　　1.2.3 搜索引擎类SEM营销分析
　　　　1.2.4 微博微信类营销发展分析
　　　　1.2.5 视频类网络媒体营销分析
　　　　1.2.6 广告联盟类营销发展分析
　　　　1.2.7 网络公关营销发展分析
　　　　1.2.8 网吧客户端营销发展分析
　　1.3 主要行业AI+营销发展分析
　　　　1.3.1 网络服务行业AI+营销发展分析
　　　　1.3.2 交通行业AI+营销发展分析
　　　　1.3.3 IT行业AI+营销发展分析
　　　　1.3.4 房地产行业AI+营销发展分析
　　　　1.3.5 服装行业AI+营销发展分析
　　　　1.3.6 食品饮料行业AI+营销发展分析
　　　　1.3.7 金融服务业AI+营销发展分析
　　　　1.3.8 通讯服务业AI+营销发展分析
　　　　1.3.9 消费电子行业AI+营销发展分析
　　　　1.3.10 销售服务业AI+营销发展分析
　　　　1.3.11 化妆浴室用品行业AI+营销发展分析
　　　　1.3.12 医疗服务业AI+营销发展分析
　　　　1.3.13 教育培训业AI+营销发展分析
　　　　1.3.14 娱乐休闲业AI+营销发展分析
　　　　1.3.15 个人用品行业AI+营销发展分析
　　　　1.3.16 家居装饰业AI+营销发展分析

第二章 企业进入互联网的战略选择分析
　　2.1 企业自建AI+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）以平台规模三方平台选择
　　　　（2）广告持久度三方平台选择
　　　　（3）供求同信息服务平台选择
　　　　（4）行业咨询服务平台选择
　　　　（5）招商加盟服备平台选择
　　　　（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
　　　　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

第三章 企业AI+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 微信营销实施步骤分析
　　　　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
　　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
　　　　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
　　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
　　　　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 新闻营销优劣势分析
　　　　3.4.3 新闻营销实施步骤分析
　　　　3.4.4 新闻营销成功要素分析
　　　　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 微信营销应用现状分析
　　　　3.6.2 危机公关优劣势分析
　　　　3.6.3 危机公关实施步骤分析
　　　　3.6.4 危机公关成功要素分析
　　　　3.6.5 危机公关典型案例分析

第四章 互联网精准营销分析
　　4.1 目标客户群定位分析
　　根据调研数据，AR、VR及语音广告、互动式广告等是广告主尝试比例较高的AI+营销新技术领域。随着语音技术日渐趋于成熟，语音广告的适用场景更为丰富，语音广告将更加受到广告主的关注。
　　广告主对AI+营销新技术的尝试
　　在AI+营销应用的具体环节中，广告主进行AI+营销的主要应用环节为“创意生成”，比例为60.0%，“用户洞察”和“效果分析”的比例均为46.7%，同时，也有部分广告主尝试过的应用落地环节为“策略制定”及“再营销”。
　　AI+营销应用落地情况
　　　　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 CPM采购投放模式分析
　　　　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）RichMedia
　　　　（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

第五章 针对不同产品的AI+营销策略分析
　　5.1 工业品的AI+营销策略分析
　　　　5.1.1 工业品AI+营销特点分析
　　　　5.1.2 工业品AI+营销常见模式
　　　　5.1.3 工业品AI+营销存在问题分析
　　　　5.1.4 工业品AI+营销适合企业分析
　　　　5.1.5 工业品AI+营销典型案例分析
　　　　5.1.6 工业品AI+营销市场机会分析
　　　　5.1.7 工业品AI+营销投入成本分析
　　　　5.1.8 工业品AI+营销投资可行性分析
　　　　5.1.9 工业品AI+营销相关建议
　　5.2 消费品的AI+营销策略分析
　　　　5.2.1 消费品AI+营销特点分析
　　　　5.2.2 消费品AI+营销常见模式
　　　　5.2.3 消费品AI+营销存在问题分析
　　　　5.2.4 消费品AI+营销适合企业分析
　　　　5.2.5 消费品AI+营销典型案例分析
　　　　5.2.6 消费品AI+营销市场机会分析
　　　　5.2.7 消费品AI+营销投入成本分析
　　　　5.2.8 消费品AI+营销投资可行性分析
　　　　5.2.9 消费品AI+营销相关建议
　　5.3 服务类产品的AI+营销策略分析
　　　　5.3.1 服务类产品AI+营销特点分析
　　　　5.3.2 服务类产品AI+营销常见模式
　　　　5.3.3 服务类产品AI+营销存在问题分析
　　　　5.3.4 服务类产品AI+营销适合企业分析
　　　　5.3.5 服务类产品AI+营销典型案例分析
　　　　5.3.6 服务类产品AI+营销市场机会分析
　　　　5.3.7 服务类产品AI+营销投入成本分析
　　　　5.3.8 服务类产品AI+营销投资可行性分析
　　　　5.3.9 服务类产品AI+营销相关建议

第六章 企业AI+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
　　6.4 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
　　6.5 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
　　6.6 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
　　6.7 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
　　6.8 典型AI+营销案例分析
　　　　6.8.1 京东：以AI智能语音趣玩新年营销
　　　　6.8.2 一汽丰田： 《奕声悄悄话》创意语音H5
　　　　6.8.3 肯德基：会聊天的KI上校

第七章 AI+营销相关企业发展情况分析
　　7.1 讯飞智汇
　　　　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
　　7.2 百度
　　　　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 企业典型项目分析
　　7.3 腾讯
　　　　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 企业主要客户分析
　　　　7.3.4 企业典型项目分析
　　7.4 阿里巴巴
　　　　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 企业典型项目分析
　　7.5 Facebook
　　　　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

第八章 (中智-林)中国AI+营销发展趋势与前景分析
　　8.1 AI+营销发展趋势分析
　　　　8.1.1 AI+营销政策走向研判
　　　　8.1.2 AI+营销模式发展趋势
　　　　8.1.3 AI+营销市场发展趋势
　　　　8.1.4 AI+营销未来竞争走向
　　8.2 AI+营销市场前景预测
　　　　8.2.1 互联网行业市场规模预测
　　　　8.2.2 AI+营销市场规模预测
　　　　8.2.3 AI+营销子行业发展预测
　　　　8.2.4 各类产品AI+营销前景预测
　　8.3 AI+营销投资前景预测
　　　　8.3.1 AI+营销进入壁垒分析
　　　　8.3.2 AI+营销投资风险分析
　　　　8.3.3 AI+营销投资可行性分析
　　　　8.3.4 AI+营销投资前景分析
　　8.4 展望AI+营销投资建议
　　　　8.4.1 传统互联网企业投资建议
　　　　8.4.2 工业品生产企业投资建议
　　　　8.4.3 消费品生产企业投资建议
　　　　8.4.4 服类类相关企业投资建议

图表目录
　　图表 1：中国AI+营销发展历程示意图
　　图表 2：中国AI+营销发展特点列表
　　图表 3：中国企业自建AI+营销平台经验总结表
　　图表 4：中国企业借助三方平台经验总结表
　　图表 5：中国新建平台应对互联网变化建议列表
　　图表 6：微信营销优劣势分析表
　　图表 7：微信营销实施步骤示意图
　　图表 8：微信营销成功要素分析表
　　图表 9：微博营销优劣势分析表
　　图表 10：微博营销实施步骤示意图
　　图表 11：微博营销成功要素分析表
　　图表 12：口碑营销优劣势分析表
　　图表 13：口碑营销实施步骤示意图
　　图表 14：口碑营销成功要素分析表
　　图表 15：新闻营销优劣势分析表
　　图表 16：新闻营销实施步骤示意图
　　图表 17：新闻营销成功要素分析表
　　图表 18：事件营销优劣势分析表
　　图表 19：事件营销实施步骤示意图
　　图表 20：事件营销成功要素分析表
　　图表 21：危机公关优劣势分析表
　　图表 22：危机公关实施步骤示意图
　　图表 23：危机公关成功要素分析表
　　图表 24：工业品AI+营销特点分析表
　　图表 25：工业品AI+营销常见模式分析表
　　图表 26：工业品AI+营销存在问题分析表
略……

了解《[2025-2031年中国AI营销市场全面调研与发展趋势](https://www.20087.com/0/67/AIYingXiaoFaZhanQuShi.html)》，报告编号：2589670，

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

Email邮箱：Kf@20087.com

详细介绍：<https://www.20087.com/0/67/AIYingXiaoFaZhanQuShi.html>

热点：ai智能营销系统、ai营销的现状及发展、人工智能在营销领域的应用、ai营销系统怎么样、AI人工智能的营销方案、爱营销电信、ai智能营销拓客系统、Ai营销、爱营销软件

了解更多，请访问上述链接，以下无内容！