



艾凯咨询
ICAN Consulting

2017-2022年中国精准营销市场 需求及投资前景分析报告

一、调研说明

《2017-2022年中国精准营销市场需求及投资前景分析报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/286558.html>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：sales@icandata.com

联系人：刘老师

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、摘要、目录、图表

精准营销(Precision marketing)就是在精准定位的基础上，依托现代信息技术手段建立个性化的顾客沟通服务体系，实现企业可度量的低成本扩张之路，是有态度的网络营销理念中的核心观点之一。

就是公司需要更精准、可衡量和高投资回报的营销沟通，需要更注重结果和行动的营销传播计划，还有越来越注重对直接销售沟通的投资。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第一部分 行业运行现状

第一章 营销服务行业发展综述 1

第一节 营销服务行业相关概念概述 1

一、营销服务的概念 1

二、营销服务的分类 1

1、线上营销 1

2、线下营销 1

三、营销服务行业的界定 2

四、营销服务行业特性 2

1、周期性 2

2、区域性 3

3、季节性 3

第三节 最近3-5年精准营销行业经济性分析 3

一、赢利性 3

二、成长速度 4

三、行业周期 5

第二节 中国营销服务行业关联行业分析 6

一、中国传媒行业发展分析 6

1、全球传媒产业发展现状分析 6

2、中国传媒产业发展总体概况 8

- 3、中国传媒产业发展现状分析 10
- 4、中国传媒产业发展趋势分析 11
- 二、中国广告行业发展分析 13
 - 1、广告业发展现状分析 13
 - 2、广告行业市场状况概述 14
 - 3、广告行业市场规模分析 19
 - 4、广告行业市场竞争分析 19
 - 5、广告业细分市场发展分析 19
 - 6、广告业发展趋势及前景分析 20

第二章 营销服务行业市场环境及影响分析 22

第一节 营销服务行业政治法律环境 22

- 一、行业管理体制分析 22
- 二、行业主要法律法规 22
- 三、营销服务行业相关标准 22
- 四、行业相关发展策略 25
- 五、政策环境对行业的影响 26

第二节 行业经济环境分析 28

- 一、宏观经济形势分析 28
- 二、宏观经济环境对行业的影响分析 40

第三节 行业社会环境分析 44

- 一、营销服务产业社会环境 44
- 二、社会环境对行业的影响 44
- 三、营销服务产业发展对社会发展的影响 46
- 四、技术环境对行业的影响 46

第二部分 行业深度分析

第三章 我国精准营销行业运行现状分析 50

第一节 我国精准营销服务行业发展状况分析 50

- 一、我国精准营销行业发展阶段 50
- 二、我国精准营销行业发展特点分析 52
- 三、精准营销服务运营及盈利模式分析 52

第二节 2014-2016年精准营销行业发展现状 54

一、2014-2016年我国营销服务行业发展分析 54

1、营销手段多元化 54

2、整合营销传播服务需求扩大 55

3、跨国营销服务巨头加速介入我国营销服务业 60

二、2014-2016年我国精准营销行业市场规模 61

1、业务规模总量 61

2、潜在收入规模 61

三、2014-2016年中国精准营销企业发展分析 61

1、我国精准营销服务企业特点分析 61

2、中外精准营销服务企业对比分析 62

第三节 O2O模式特点及营销核心 65

一、对比优势 65

二、营销核心 65

三、个性化 66

第四章 我国营销服务行业整体运行指标分析 67

第一节 2014-2016年中国营销服务行业总体规模分析 67

一、企业数量结构分析 67

二、人员规模状况分析 71

三、行业资产规模分析 71

四、行业市场规模分析 72

第二节 2014-2016年中国营销服务行业财务指标总体分析 73

一、行业盈利能力分析 73

二、行业偿债能力分析 79

三、行业营运能力分析 79

第五章 中国公共关系行业发展分析 80

第一节 中国公共关系行业概述 80

一、公共关系及公共关系行业产生的背景 80

1、公共关系的概念 80

2、公共关系行业产生的背景 80

- 二、行业的管理体制和主要法律法规 81
 - 1、行业管理体制概述 81
 - 2、行业主要自律规章及产业政策 83
- 第二节 国际公共关系行业发展状况分析 83
 - 一、国际公共关系行业发展现状分析 83
 - 二、国际公共关系行业发展特点分析 84
 - 1、地区发展不平衡 84
 - 2、职业规范仍然很弱 85
 - 3、收购是企业成长的主要手段之一 85
 - 4、人力资源是行业的核心资源 85
 - 三、国际公共关系行业知名企业分析 85
 - 1、安可顾问 85
 - 2、博雅公关 86
 - 3、奥美公关 86
 - 4、凯旋先驱 87
 - 5、伟达公关 87
- 第三节 中国公共关系行业发展状况分析 88
 - 一、中国公共关系行业发展的历史 88
 - 二、中国公共关系行业发展现状分析 89
 - 1、公共关系行业规模分析 89
 - 2、公共关系行业竞争格局分析 90
 - 三、中国公共关系行业特点分析 90
 - 1、行业增长迅速 90
 - 2、专业人才缺乏流动率较高 90
 - 3、客户所处行业分布较为集中 91
 - 4、客户地域分布较为集中 91
 - 5、外资收购频繁 91
 - 四、中国公共关系行业制约因素分析 91
 - 1、品牌效应 91
 - 2、客户基础 92
 - 3、人力资源 92
 - 4、公司规模 92

5、资源积累 92

五、中国公共关系行业发展趋势分析 98

第六章 中国营销咨询行业发展分析 99

第一节 中国营销咨询行业概述 99

一、营销咨询的概念 99

二、营销咨询的目的与类别 99

1、营销咨询的目的 99

2、营销咨询的类别 99

三、营销咨询行业的发展背景及阶段 100

1、萌芽期：点子营销阶段 100

2、发展期：营销策划阶段 100

3、成型期：系统化营销阶段 101

4、整合期：整合创新阶段 101

第二节 国际营销咨询行业发展状况分析 101

一、国际营销咨询行业发展现状分析 101

二、国际营销咨询行业发展趋势分析 102

三、国际营销咨询行业知名企业分析 103

1、麦肯锡 103

2、罗兰·贝格 104

3、波士顿 104

4、特劳特 104

第三节 中国营销咨询行业发展状况分析 105

一、中国营销咨询行业发展概况 105

二、中国营销咨询行业竞争格局分析 106

1、不同性质企业竞争格局 106

2、不同业务领域竞争格局 106

三、中国营销咨询行业制约因素分析 106

1、战略因素 106

2、管理因素 107

3、人才因素 107

4、品牌因素 108

5、服务因素 108

6、学习能力 109

四、中国营销咨询行业发展趋势分析 109

第三部分 竞争格局分析

第七章 2017-2022年精准营销行业竞争形势及策略 111

第一节 行业市场竞争状况分析 111

一、精准营销行业竞争结构分析 111

二、精准营销客户群体分析 111

三、营销服务行业SWOT分析 111

第二节 中国精准营销行业竞争格局综述 114

一、营销服务行业整体竞争概况 114

二、中国精准营销服务竞争力分析 115

三、中国精准营销竞争力优势分析 115

四、营销服务行业主要企业竞争力分析 115

第三节 营销服务市场竞争策略分析 116

第八章 2017-2022年精准营销行业重点企业经营分析（排名不分先后） 123

第一节 北京亿玛在线科技有限公司 123

一、发展概况 123

二、运营模式 123

三、成功案例 124

四、战略研究 127

五、未来规划 128

第二节 上海欧赛斯文化创意有限公司 128

一、发展概况 128

二、运营模式 129

三、成功案例 130

四、战略研究 130

五、未来规划 131

第三节 上海银橙文化传媒股份有限公司 132

一、发展概况 132

二、运营模式	132
三、成功案例	132
四、营业收入	133
五、媒体资源	134
六、平台流量	135
第四节 北京艾德思奇科技有限公司	135
一、发展概况	135
二、客户服务	136
三、成功案例	136
四、发展规模	138
五、优势分析	138
六、战略规划	139
第五节 上海珍岛信息技术有限公司	139
一、发展概况	139
二、客户服务	140
三、成功案例	140
四、发展规模	142
第六节 广东美铭文化传播有限公司	143
一、发展概况	143
二、发展历程	143
三、优势分析	143
三、发展目标	143
第七节 奥华奥美(福建)广告有限公司	144
一、发展概况	144
二、发展历程	144
三、优势分析	144
第八节 杭州一推网络科技有限公司	144
一、发展概况	144
二、服务介绍	144
三、公司实力	145
四、发展目标	145
第九节 北京光音网络发展股份有限公司	146

- 一、发展概况 146
- 二、经营能力 147
- 三、发展目标 148
- 四、业务收入 148
- 五、平台流量 148
- 第十节 优识营销学院 149
 - 一、发展概况 149
 - 二、企业荣誉 149
 - 三、发展目标 150
 - 四、经营成果 150
 - 五、成长能力 150

第四部分 发展前景展望

第九章 2017-2022年精准营销行业前景及趋势预测 151

第一节 2017-2022年精准营销市场发展前景 151

- 一、2017-2022年精准营销市场发展潜力 151
- 二、2017-2022年精准营销服务发展前景 151

第二节 2017-2022年精准营销市场发展趋势预测 152

- 一、2017-2022年精准营销行业发展趋势 152
- 二、2017-2022年精准营销市场规模预测 155
- 三、2017-2022年营销服务行业应用趋势预测 155

第三节 2017-2022年中国精准营销服务行业需求预测 156

第十章 2017-2022年精准营销行业投资机会与风险防范 157

第一节 2017-2022年精准营销行业投资机会 157

- 一、主要领域投资机会 157
- 二、精准营销投资机遇 157

第二节 2017-2022年精准营销行业投资风险及防范 158

- 一、经济下行风险及防范 158
- 二、关联行业风险及防范 159

第三节 中国营销服务行业投资建议 162

- 一、营销服务行业未来发展方向 162

二、营销服务行业主要投资建议 163

第十一章 营销服务行业面临的困境及对策 164

第一节 精准营销行业面临的困境 164

一、成果转化率较低 164

二、diao丝经济盈利程度较低 166

三、客户群体依赖度普遍不高 168

第二节 影响精准营销的因素分析 169

一、硬件因素分析 169

二、消费者因素分析 170

三、企业因素分析 171

第四节 中国营销服务市场发展面临的挑战与对策 172

一、中国营销服务市场发展面临的挑战 172

二、中国营销服务市场发展对策分析 173

三、未来5年移动端营销价值突出 174

第五部分 发展战略研究

第十二章 精准营销行业发展战略研究 176

第一节 精准营销行业发展战略研究 176

第二节 对我国精准营销的战略思考 177

第三节 营销服务经营策略分析 178

一、如何扮演好中介角色 178

二、营销服务市场创新策略 178

三、精准营销服务差异化战略 180

第十三章 研究结论及发展建议 182(AK WZY)

第一节 精准营销行业研究结论及建议 182

第二节 论传统营销咨询与大数据的结合 185

第三节 精准营销行业发展建议 186

一、行业发展策略建议 186

二、行业投资方向建议 188

部分图表目录：

图表：全生命周期的过程 5

图表：全球人均每周娱乐小时数 7

图表：2010-2016年全球传媒产业市场规模及增长率：亿美元，% 7

图表：2012-2016年中国报纸广告销售额和增长率 12

图表：2001-2016年我国广告业经营单位户数及从业人员统计 14

图表：2013-2016年主要媒介广告投放份额 15

图表：2008-2016年我国电视媒体广告营业额及增长情况 16

图表：2011-2016年各类电视频道广告投放额所占份额及其变化 16

图表：2008-2016年我国互联网广告营业额及增长情况 17

图表：2016年最具商业效果的营销活动 17

图表：本土品牌冠名及植入广告投入 18

图表：2016年卫视频道软广品牌、节目数前十 18

图表：我国广告市场的规模及增速 19

图表：2010-2016年上半年传统广告增长率 20

图表：2016年主要广告市场增长率 20

图表：2015-2016年中国广告支出和国内生产总值GDP的增长（%） 21

图表：2013-2019年中国广告市场格局 57

图表：2009-2016年中国传统广告和数字广告增长率 58

图表：2012-2016年中国网络广告市场规模及预测（单位：亿元） 58

图表：2013-2016年中国网络广告增长率 59

图表：2012-2016年中国移动广告市场规模及预测（单位：亿元） 59

图表：2013-2016年中国移动广告增长率 60

图表：2014-2016年中国精准营销服务行业从业人员数量 71

图表：2014-2016年中国精准营销服务行业资产增长率 72

图表：2014-2016年中国精准营销服务行业市场规模增长率 73

图表：2014-2016年中国精准营销企业资产负债率 79

图表：2014-2016年中国精准营销企业资产周转率 79

图表：大数据驱动的全网营销平台 124

图表：2016上海银橙文化传媒股份有限公司经营情况 133

图表：上海银橙文化传媒股份有限公司广告资源 134

图表：上海银橙文化传媒股份有限公司流量覆盖情况 135

图表：2016北京光音网络发展股份有限公司经营情况 148

图表：2017-2022年中国大数据产业规模市场及预测 155

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/286558.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景；

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴；

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等；

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。