

2017-2023年中国网络营销产业全景调研及发展前景预测报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2017-2023年中国网络营销产业全景调研及发展前景预测报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.chyxx.com/research/201707/539374.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.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、报告目录及图表目录

随着互联网的逐渐成熟，人们对网络营销理解进一步加深，出现了越来越多网络营销推广的成功案例，人们已经开始意识到网络营销的诸多优点并越来越多地通过网络进行营销推广。

2016年中国网络广告市场规模达到2902.7亿元，同比增长32.9%，与2015年相比增速有所回暖。随着中国网络广告市场不断成熟，预计2017年整体规模将突破3800亿元。

资料来源：公开资料，智研咨询整理

2016年，中国在线视频广告市场规模达到319.5亿元，同比增长37.1%；随着企业逐渐镜像除贴片广告的其他广告形式的探索，加快自制内容布局，预计2017年中国在线视频广告市场规模将突破400亿元。

中国在线视频广告市场规模预测

资料来源：公开资料，智研咨询整理

智研咨询发布的《2017-2023年中国网络营销产业全景调研及发展前景预测报告》共十章。首先介绍了网络营销行业市场发展环境、网络营销整体运行态势等，接着分析了网络营销行业市场运行的现状，然后介绍了网络营销市场竞争格局。随后，报告对网络营销做了重点企业经营状况分析，最后分析了网络营销行业发展趋势与投资预测。您若想对网络营销产业有个系统的了解或者想投资网络营销行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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：

第一章网络营销相关概述

第一节网络营销

一、网络营销特点

二、网络营销体系结构

三、网络营销与电子商务

第二节网络营销基础

一、直复营销理论

二、网络关系营销论

三、软营销理论

四、网络整合营销

第二章2016年中国网络营销环境分析

第一节企业内部环境

第二节供应者

第三节营销中介

第四节顾客或用户

第五节竞争者

第三章2016年中国网络营销现状研究

第一节1996-2016年中国网络营销发展与演进

第二节2016年中国网络营销现状分析

第三节2016年中国网络营销深度研究

第四章2016年中国网络营销竞争分析

第一节中国网络营销SWOT分析

第二节中国网络营销竞争原则

第三节中国网络营销竞争战略分析

第五章2016年中国网络营销推广模式及发展技巧分析

第一节2016年中国网络营销推广模式研究

一、网络推广的特点

二、网络营销的优势与弊端

三、营销方案制定思路

四、现今网络营销工具

第二节2016年中国网络营销推广模式研究

一、搜索引擎营销

二、交换链接

三、网络广告

四、信息发布

五、博客营销

六、个性化营销

七、会员制营销

八、网上商店

九、病毒性营销

十、网络视频营销

十一、论坛营销

十二、WIKI营销

十三、网络营销联盟

十四、竞价推广

十五、电子书营销

十六、事件营销

十七、视频营销

十八、品牌营销

十九、整合营销

二十、IM工具营销

二十一、微博营销

第三节网站营销推广步骤

一、营销方案制定思路

二、现今网络营销工具

三、网络营销策略

四、网络营销策划

第六章2016年中国网络营销细分领域分析

第一节门户类媒体

一、传播方式

二、投放模式

三、商业传播价值分析

四、门户类媒体受众分析

五、门户类媒体最佳使用实践分析（选择意愿、接受程度、媒体优势、适合的行业……）

六、主力企业评价

（1）新浪

（2）搜狐

第二节搜索引擎类媒体

一、传播方式

二、投放模式

三、商业传播价值分析

四、门户类媒体受众分析

五、门户类媒体最佳使用实践分析（选择意愿、接受程度、媒体优势、适合的行业……）

六、主力企业评价

（1）百度

（2）谷歌

第三节社区类媒体

一、传播方式

二、投放模式

三、商业传播价值分析

四、门户类媒体受众分析

五、门户类媒体最佳使用实践分析（选择意愿、接受程度、媒体优势、适合的行业……）

六、主力企业评价

（1）天涯网

第四节博客类媒体

一、传播方式

二、投放模式

三、商业传播价值分析

四、门户类媒体受众分析

五、门户类媒体最佳使用实践分析（选择意愿、接受程度、媒体优势、适合的行业……）

（1）新浪博客

第五节视频类媒体

一、传播方式

二、投放模式

三、商业传播价值分析

四、门户类媒体受众分析

五、门户类媒体最佳使用实践分析（选择意愿、接受程度、媒体优势、适合的行业……）

六、主力企业评价

（1）土豆

（2）优酷

第七章2016年中国网络营销企业需求研究

第一节企业网络营销预算

第二节企业网络营销媒介认可度

第三节企业对网络营销效果的评价

第八章企业网络营销策略分析

第一节企业百科推广策略

一、企业百科推广策略研究背景及方法

二、企业百科词条基本情况分析

1、企业对主流百科平台的应用情况

2、企业百科词条中URL链接应用调查分析

3、企业百科词条创建及修订人调查

4、企业百科词条访问量调查分析

三、企业百科词条搜索引擎可见度对比分析

四、企业百科词条推广模式研究分析

五、案例分析：企业百科推广问题及建议

第二节企业B2C网站运营策略研究

- 一、中小企业B2B平台推广策略研究背景及方法
 - 二、企业在B2B平台上二级域名网站应用情况
 - 1、企业在B2B平台二级域名网站应用情况概述
 - 2、阿里巴巴平台二级域名网站应用情况调查
 - 3、ONCCC平台二级域名网站应用情况调查
 - 4、B2B平台二级域名网站产品描述合理性分析
 - 5、B2B平台二级域名网站认证情况
 - 6、中小企业B2B平台二级域名网站应用综述
 - 三、二级域名网站B2B平台内部可见度分析
 - 四、B2B平台二级域名网站及独立官方网站搜索引擎可见度分析
 - 五、B2B平台推广价值分析及问题归纳与建议
 - 1、B2B平台推广价值及优势
 - 2、企业B2B平台推广问题总结
 - 3、对中小企业B2B平台推广的建议
 - 六、基于B2B电子商务平台的网络推广策略
 - 七、常用B2B平台网站资源及应用特点介绍
- 第三节中小企业B2B平台推广策略研
- 一、中小企业B2B平台推广策略研究背景及方法
 - 二、企业在B2B平台上二级域名网站应用情况
 - 1、企业在B2B平台二级域名网站应用情况概述
 - 2、阿里巴巴平台二级域名网站应用情况调查
 - 3、ONCCC平台二级域名网站应用情况调查
 - 4、B2B平台二级域名网站产品描述合理性分析
 - 5、B2B平台二级域名网站认证情况
 - 6、中小企业B2B平台二级域名网站应用综述
 - 三、二级域名网站B2B平台内部可见度分析
 - 四、B2B平台二级域名网站及独立官方网站搜索引擎可见度分析
 - 五、B2B平台推广价值分析及问题归纳与建议
 - 1、B2B平台推广价值及优势
 - 2、企业B2B平台推广问题总结
 - 3、对中小企业B2B平台推广的建议
 - 六、基于B2B电子商务平台的网络推广策略
 - 七、常用B2B平台网站资源及应用特点介绍
- 第四节企业网站优化策略研究
- 一、研究背景和研究方法

- 二、企业网站优化设计及其评价指标
- 三、网站对用户获取信息优化状况调查分析
- 四、企业网站结构优化状况调查分析
- 五、企业网站内容优化状况调查分析
- 六、企业网站网页布局优化调查分析
- 七、企业网站链接优化调查分析
- 八、企业网站搜索引擎优化典型问题调查
- 九、企业网站的搜索引擎可见度调查分析
- 十、网站搜索引擎优化部分量化指标调查
- 十一、企业网站优化改版案例分析
- 十二、企业网站优化的一般策略和内容
- 十三、实施企业网站优化的十大问题及建议

第五节 电子信息百强企业网络营销研究

- 一、电子信息百强企业研究背景与研究方法
- 二、电子信息企业网站基本要素调查分析
- 三、电子信息百强企业电子商务度分析
- 四、电子信息百强企业网站可信度调查分析
- 五、电子信息百强企业网络品牌调查分析
- 六、电子信息百强企业网络推广调查
- 七、电子信息百强企业网络品牌误区分析

第九章 2017-2023年网络营销市场发展预测

(一) 2017-2023年网络营销市场规模预测

2016年中国在线视频行业移动广告市场规模达204.5亿元，同比增长95.5%，随着智能手机和互联网的普及，用户行为逐渐向移动端倾斜，预计2017年中国在线视频行业移动广告规模将突破300亿元。

中国在线视频行业移动广告规模预测

资料来源：公开资料，智研咨询整理

2016年中国移动广告市场规模达到1750亿元，同比增长75.4%，保持持续高速增长，目前移动广告是的整体市场增速远超网络广告市场的增速，2016年移动广告的占比超60%，随着用户使用习惯的转移，未来几年移动广告在整体网络广告中的占比将持续增大，预计2017年中国移动广告市场交易规模将超2500亿元，占比68.2%。

中国移动广告市场交易规模预测

资料来源：公开资料，智研咨询整理

中国移动广告市场交易规模占比情况预测

资料来源：公开资料，智研咨询整理

(二)2017-2023年网络营销市场结构预测

1、行业结构

2、营销媒介结构

第十章2017-2023年中国网络营销市场趋势分析（ZY GXH）

第一节市场环境

第二节产品与服务

第三节技术

第四节媒介渠道（ZY GXH）

图表目录：

图表：门户类媒体投放模式表

图表：搜索引擎类媒体投放模式表

图表：博客类媒体投放模式表

图表：社区类媒体投放模式表

图表：视频类媒体投放模式表

图表：2016年中国网络营销市场规模

图表：2016年中国门户类媒体受众性别结构

图表：2016年中国门户类媒体受众年龄结构

图表：2016年中国门户类媒体受众学历结构

图表：2016年中国门户类媒体受众收入结构

图表：门户类媒体传播模式图

图表：营销主对门户类媒体的选择意愿

图表：营销主对主要门户类媒体的接受程度

图表：门户类媒体营销传播优势

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201707/539374.html>