

2022-2028年中国精准营销行业全景调研及投资前景展望报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2022-2028年中国精准营销行业全景调研及投资前景展望报告》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/202105/951749.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

智研咨询发布的《2022-2028年中国精准营销行业全景调研及投资前景展望报告》共十三章。首先介绍了精准营销行业市场发展环境、精准营销整体运行态势等，接着分析了精准营销行业市场运行的现状，然后介绍了精准营销市场竞争格局。随后，报告对精准营销做了重点企业经营状况分析，最后分析了精准营销行业发展趋势与投资预测。您若想对精准营销产业有个系统的了解或者想投资精准营销行业，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 营销服务行业发展综述

第一节 营销服务行业相关概念概述

一、营销服务的概念

二、营销服务的分类

1、线上营销

2、线下营销

三、营销服务行业的界定

四、营销服务行业特性

1、周期性

2、区域性

3、季节性

第三节 精准营销所属行业经济性分析

一、赢利性

二、成长速度

三、行业周期

第二节 中国营销服务行业关联行业分析

一、中国传媒行业发展分析

1、全球传媒产业发展现状分析

2、中国传媒产业发展总体概况

3、中国传媒产业发展现状分析

4、中国传媒产业发展趋势分析

二、中国广告行业发展分析

1、广告业发展现状分析

2、广告行业市场状况概述

3、广告行业市场规模分析

4、广告行业市场竞争分析

5、广告业细分市场发展分析

6、广告业发展趋势及前景分析

第二章 营销服务行业市场环境及影响分析

第一节 营销服务行业政治法律环境

一、行业管理体制分析

二、行业主要法律法规

三、营销服务行业相关标准

四、行业相关发展规划

五、政策环境对行业的影响

第二节 行业经济环境分析

一、宏观经济形势分析

二、宏观经济环境对行业的影响分析

第三节 行业社会环境分析

一、营销服务产业社会环境

二、社会环境对行业的影响

三、营销服务产业发展对社会发展的影响

五、技术环境对行业的影响

第三章 我国精准营销所属行业运行现状分析

第一节 我国精准营销服务行业发展状况分析

一、我国精准营销行业发展阶段

二、我国精准营销行业发展总体概况

三、我国精准营销行业发展特点分析

四、精准营销服务行业运营及盈利模式分析

第二节 2017-2021年精准营销行业发展现状

一、2017-2021年我国营销服务行业发展分析

1、营销手段多元化

2、整合营销传播服务需求扩大

3、跨国营销服务巨头加速介入我国营销服务业

二、2017-2021年我国精准营销行业市场规模

1、业务规模总量

2、潜在收入规模

三、2017-2021年中国精准营销企业发展分析

1、我国精准营销服务企业特点分析

2、中外精准营销服务企业对比分析

第三节 O2O模式特点及营销核心

一、对比优势

二、营销核心

三、个性化

第四章 我国营销服务所属行业整体运行指标分析

第一节 2017-2021年中国营销服务所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、人员规模状况分析

三、行业资产规模分析

四、行业市场规模分析

第二节 2017-2021年中国营销服务所属行业财务指标总体分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第五章 中国公共关系行业发展分析

第一节 中国公共关系行业概述

一、公共关系及公共关系行业产生的背景

1、公共关系的概念

2、公共关系行业产生的背景

二、行业的管理体制和主要法律法规

1、行业管理体制概述

2、行业主要自律规章及产业政策

第二节 国际公共关系行业发展状况分析

一、国际公共关系行业发展现状分析

二、国际公共关系行业发展特点分析

1、地区发展不平衡

2、多品牌经营模式

3、收购是企业成长的主要手段之一

4、人力资源是行业的核心资源

三、国际公共关系行业知名企业分析

1、安可顾问

2、博雅公关

3、奥美公关

4、凯旋先驱

5、伟达公关

第三节 中国公共关系行业发展状况分析

一、中国公共关系行业发展的历史

二、中国公共关系行业发展现状分析

1、公共关系行业规模分析

2、公共关系行业竞争格局分析

三、中国公共关系行业特点分析

1、行业增长迅速

2、专业人才缺乏流动率较高

3、客户所处行业分布较为集中

4、客户地域分布较为集中

5、客户性质多为企业

6、外资收购频繁

四、中国公共关系行业制约因素分析

1、品牌效应

2、客户基础

3、人力资源

4、公司规模

5、资源积累

五、中国公共关系行业发展趋势分析

第六章 中国营销咨询行业发展分析

第一节 中国营销咨询行业概述

一、营销咨询的概念

二、营销咨询的目的与类别

1、营销咨询的目的

2、营销咨询的类别

三、营销咨询行业的发展背景及阶段

1、萌芽期：点子营销阶段

2、发展期：营销策划阶段

3、成型期：系统化营销阶段

4、整合期：整合创新阶段

第二节 国际营销咨询所属行业发展状况分析

一、国际营销咨询行业发展现状分析

二、国际营销咨询行业发展趋势分析

三、国际营销咨询行业知名企业分析

1、麦肯锡

2、罗兰·贝格

3、波士顿

4、特劳特

第三节 中国营销咨询行业发展状况分析

一、中国营销咨询行业发展概况

二、中国营销咨询行业竞争格局分析

三、中国营销咨询行业制约因素分析

四、中国营销咨询行业发展趋势分析

第七章 2022-2028年精准营销行业竞争形势及策略

第一节 行业市场竞争状况分析

一、精准营销行业竞争结构分析

二、精准营销客户群体分析

三、营销服务行业SWOT分析

第二节 中国精准营销行业竞争格局综述

一、营销服务行业整体竞争概况

二、中国精准营销服务竞争力分析

三、中国精准营销竞争力优势分析

四、营销服务行业主要企业竞争力分析

第三节 营销服务市场竞争策略分析

第八章 精准营销行业重点企业经营分析

第一节 北京亿玛在线科技有限公司

一、发展概况

二、运营模式

三、成功案例

四、战略研究

五、未来规划

第二节 上海欧赛斯文化创意有限公司

一、发展概况

二、运营模式

三、成功案例

四、战略研究

五、未来规划

第三节 上海银橙文化传媒股份有限公司

- 一、发展概况
- 二、运营模式
- 三、成功案例
- 四、营业收入
- 五、媒体资源
- 六、平台流量

第四节 北京艾德思奇科技有限公司

- 一、发展概况
- 二、客户服务
- 三、成功案例
- 四、发展规模
- 五、优势分析
- 六、战略规划

第五节 上海珍岛信息技术有限公司

- 一、发展概况
- 二、客户服务
- 三、成功案例
- 四、发展规模

第九章 2022-2028年精准营销行业前景及趋势预测

第一节 2022-2028年精准营销市场发展前景

- 一、2022-2028年精准营销市场发展潜力
- 二、2022-2028年精准营销服务发展前景

第二节 2022-2028年精准营销市场发展趋势预测

- 一、2022-2028年精准营销行业发展趋势
- 二、2022-2028年精准营销市场规模预测
- 三、2022-2028年营销服务行业应用趋势预测

第三节 2022-2028年中国精准营销服务行业需求预测

第十章 2022-2028年精准营销行业投资机会与风险防范

第一节 2022-2028年精准营销行业投资机会

- 一、主要领域投资机会
- 二、精准营销投资机遇

第二节 2022-2028年精准营销行业投资风险及防范

- 一、经济下行风险及防范
- 二、关联行业风险及防范

第三节 中国营销服务行业投资建议

一、营销服务行业未来发展方向

二、营销服务行业主要投资建议

第十一章 营销服务行业面临的困境及对策

第一节 精准营销行业面临的困境

一、成果转化率较低

二、屌丝经济盈利程度较低

三、客户群体依赖度普遍不高

第二节 影响精准营销的因素分析

一、价格因素分析

二、消费因素分析

三、渠道因素分析

第四节 中国营销服务市场发展面临的挑战与对策

一、中国营销服务市场发展面临的挑战

二、中国营销服务市场发展对策分析

三、未来移动端营销价值突出

第十二章 精准营销行业发展战略研究

第一节 精准营销行业发展战略研究

第二节 对我国精准营销的战略思考

第三节 营销服务经营策略分析

一、如何扮演好中介角色

二、营销服务市场创新策略

三、精准营销服务差异化战略

第十三章 研究结论及发展建议

第一节 精准营销行业研究结论及建议

第二节 论传统营销咨询与大数据的结合

第三节 精准营销行业发展建议

一、行业发展策略建议

二、行业投资方向建议（ZYZS）

图表目录：

图表：大数据分析与客户关系生命周期曲线图

图表：大数据在生物制药行业的效果

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/202105/951749.html>