

2022-2028年中国AI+营 销行业深度分析与发展趋势研究报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2022-2028年中国AI+营销行业深度分析与发展趋势研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202207/307560.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

人工智能与营销如何结合一直都是营销人关注的热点话题。最近腾讯又一次在全新领域首开先河：依托人工智能技术和腾讯系大数据，通过MarTech的形式把人工智能真正落地，打造出国内首个以预测营销为核心的全链路营销云平台。

中企顾问网发布的《2022-2028年中国AI+营销行业深度分析与发展趋势研究报告》共七章。首先介绍了AI+营销相关概念及发展环境，接着分析了中国AI+营销规模及消费需求，然后对中国AI+营销市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国AI+营销面临的机遇及发展前景。您若想对中国AI+营销有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将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1章：中国AI+营销行业发展必然性分析

1.1 AI+营销行业发展背景分析

1.1.1 政策背景分析

1.1.2 社会背景分析

1.1.3 经济背景分析

1.1.4 技术背景分析

1.2 AI+营销行业发展必然性分析

1.2.1 AI+营销解决传统营销痛点

1.2.2 AI+营销解决企业营销信息不对称

1.2.3 AI+营销解决广告效率低下问题

1.3 AI+营销行业新营销模式分析

1.4 AI+营销行业突破点分析

1.4.1 借势

1.4.2 创新

1.4.3 体验

第2章：中国AI+营销行业发展现状分析

2.1 AI+营销市场整体发展状况

2.1.1 AI+营销市场规模分析

2.1.2 AI+营销市场发展特点

2.1.3 广告主AI+营销发展现状

(1) 广告主AI+营销预算分配

(2) 广告主网络广告预算分配

2.2 AI+营销行业技术构建分析

2.2.1 AI+营销软件技术分析

2.2.2 AI+营销硬件技术分析

2.3 AI+营销行业经典案例分析

2.3.1 京东：以AI智能语音趣玩新年营销

2.3.2 一汽丰田：《奕声悄悄话》创意语音H5

2.3.3 肯德基：会聊天的KI上校

第3章：中国AI+营销行业营销策略分析

3.1 AI+营销之广告营销分析

3.1.1 AI+营销广告模式

(1) 展示广告分析

(2) 搜索广告分析

(3) 社交广告分析

(4) 分类广告分析

(5) 导航广告分析

(6) 搜索广告分析

(7) 其他广告分析

3.1.2 AI+营销广告形式

(1) 横幅广告形式

(2) 信息流广告形式

(3) 角标广告形式

(4) 开屏广告形式

(5) 其他广告形式

3.1.3 广告平台竞争因素

- 3.1.4 广告营销典型案例
- 3.1.5 广告营销市场竞争
- 3.2 AI+营销之广告分析
 - 3.2.1 营销发展现状
 - 3.2.2 营销典型案例
 - 3.2.3 营销市场竞争
- 3.3 AI+营销之广告网络分析
 - 3.3.1 网络营销发展现状
 - 3.3.2 网络营销典型案例
 - 3.3.3 网络营销市场竞争
- 3.4 AI+营销之广告水军分析
 - 3.4.1 水军营销发展现状
 - 3.4.2 水军营销典型案例
 - 3.4.3 水军营销市场竞争

第4章：中国AI+营销行业广告主调研分析

- 4.1 AI+营销行业营销媒体分析
 - 4.1.1 广告主PC端媒体广告营销预算分配
 - 4.1.2 广告主移动端媒体广告营销预算分配
 - 4.1.3 广告主AI+营销社交媒体选择
 - 4.1.4 广告主AI+营销视频媒体选择
 - 4.1.5 广告主AI+营销电商媒体选择
 - 4.1.6 广告主AI+营销新闻门户选择
- 4.2 广告主AI+营销广告模式及形式选择
 - 4.2.1 广告主AI+营销广告模式选择
 - 4.2.2 广告主AI+营销广告形式选择
- 4.3 广告主AI+营销广告平台选择
 - 4.3.1 广告主广告投放渠道
 - 4.3.2 广告主关注广告平台情况
 - 4.3.3 广告主合作平台选择

第5章：中国AI+营销行业应用领域分析

5.1 快消行业AI+营销分析

5.1.1 快消行业消费群体分析

5.1.2 快消行业营销特点分析

5.1.3 快消行业营销痛点分析

5.1.4 AI+营销需求分析

5.1.5 AI+营销典型案例

5.1.6 AI+营销策略分析

5.2 金融AI+营销分析

5.2.1 金融行业消费群体分析

5.2.2 金融行业营销特点分析

5.2.3 金融行业营销痛点分析

5.2.4 AI+营销需求分析

5.2.5 AI+营销典型案例

5.2.6 AI+营销策略分析

5.3 房地产AI+营销分析

5.3.1 房地产行业消费群体分析

5.3.2 房地产行业营销特点分析

5.3.3 房地产行业营销痛点分析

5.3.4 AI+营销需求分析

5.3.5 AI+营销典型案例

5.3.6 AI+营销策略分析

5.4 旅游AI+营销分析

5.4.1 旅游行业消费群体分析

5.4.2 旅游行业营销特点分析

5.4.3 旅游行业营销痛点分析

5.4.4 AI+营销需求分析

5.4.5 AI+营销典型案例

5.4.6 AI+营销策略分析

5.5 影视AI+营销分析

5.5.1 影视行业消费群体分析

5.5.2 影视行业营销特点分析

5.5.3 影视行业营销痛点分析

5.5.4 AI+营销需求分析

5.5.5 AI+营销典型案例

5.5.6 AI+营销策略分析

5.6 教育AI+营销分析

5.6.1 教育行业消费群体分析

5.6.2 教育行业营销特点分析

5.6.3 教育行业营销痛点分析

5.6.4 AI+营销需求分析

5.6.5 AI+营销典型案例

5.6.6 AI+营销策略分析

第6章：社会化媒体营销行业标杆企业分析

6.1 讯飞智汇

6.1.1 企业发展概况分析

6.1.2 企业经营业务分析

6.1.3 企业经营业绩分析

6.1.4 企业的核心竞争力

6.2 百度

6.2.1 企业发展概况分析

6.2.2 企业经营业务分析

6.2.3 企业经营业绩分析

6.2.4 企业的核心竞争力

6.3 腾讯

6.3.1 企业发展概况分析

6.3.2 企业经营业务分析

6.3.3 企业经营业绩分析

6.3.4 企业的核心竞争力

6.4 阿里巴巴

6.4.1 企业发展概况分析

6.4.2 企业经营业务分析

6.4.3 企业经营业绩分析

6.4.4 企业的核心竞争力

6.5 Facebook

6.5.1 企业发展概况分析

6.5.2 企业经营业务分析

6.5.3 企业经营业绩分析

6.5.4 企业的核心竞争力

第7章：AI+营销行业投资机会与趋势预测

7.1 AI+营销行业发展趋势

7.1.1 行业发展前景预测

7.1.2 行业发展风口预测

7.1.3 行业创新趋势预测

7.1.4 行业营销趋势预测

7.2 AI+营销行业投资机会

7.2.1 行业投资特性分析

7.2.2 行业投资机会分析

7.2.3 行业投资策略建议

部分图表目录：

图表1：2016-2020年我国网民规模变化（单位：亿人，%）

图表2：2016-2020年我国互联网普及率变化（单位：%）

图表3：2016-2020年我国手机网民人数变化（单位：亿人，%）

图表4：2016-2020年我国网络购物用户规模及使用率（单位：亿人，%）

图表5：2016-2020年我国网上支付用户规模及使用率（单位：亿人，%）

图表6：2016-2020年我国网上银行用户规模及使用率（单位：亿人，%）

图表7：2016-2020年中国AI+营销市场规模（单位：亿元，%）

图表8：2016-2020年中国移动AI+营销市场规模（单位：亿元，%）

图表9：2016-2020年中国广告主AI+营销预算分配情况（传统广告VS互联网广告）（单位：%）

图表10：2016-2020年中国广告主网络广告预算分配情况（PC端VS移动端）（单位：%）

图表11：广告平台核心竞争力因素（单位：%）

图表12：2016-2020年中国广告主PC端媒体广告AI+营销预算分配情况（单位：%）

图表13：2016-2020年中国广告主PC端媒体广告AI+营销预算分配情况（单位：%）

图表14：2016-2020年中国广告主移动端媒体广告AI+营销预算分配情况（单位：%）

图表15：2016-2020年中国广告主AI+营销社交媒体选择——PC端（单位：%）

图表16：2016-2020年中国广告主AI+营销社交媒体选择——移动端（单位：%）

图表17：2016-2020年中国广告主AI+营销视频媒体选择——PC端（单位：%）

图表18：2016-2020年中国广告主AI+营销视频媒体选择——移动端（单位：%）

图表19：2016-2020年中国广告主AI+营销电商媒体选择——PC端（单位：%）

图表20：2016-2020年中国广告主AI+营销电商媒体选择——移动端（单位：%）

图表21：2016-2020年中国广告主AI+营销新闻门户选择——PC端（单位：%）

图表22：2016-2020年中国广告主AI+营销新闻门户选择——移动端（单位：%）

图表23：2016-2020年中国广告主AI+营销广告模式选择——PC端（单位：%）

图表24：2016-2020年中国广告主AI+营销广告形式选择——移动端（单位：%）

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202207/307560.html>