

# 2024-2030年中国精准营销 市场监测及投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制  
[www.bosidata.com](http://www.bosidata.com)

# 报告报价

《2024-2030年中国精准营销市场监测及投资前景研究报告》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.bosidata.com/report/G81651T8UA.html>

【报告价格】纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

【出版日期】2026-01-28

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客户服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

# 说明、目录、图表目录

报告说明：

博思数据发布的《2024-2030年中国精准营销市场监测及投资前景研究报告》介绍了精准营销行业相关概述、中国精准营销产业运行环境、分析了中国精准营销行业的现状、中国精准营销行业竞争格局、对中国精准营销行业做了重点企业经营状况分析及中国精准营销产业发展前景与投资预测。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。

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 2020-2024年精准营销行业发展现状  
一、2020-2024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、2020-2024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、2020-2024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 2020-2024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 2020-2024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 2025-2031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、企业概况二、企业优势分析三、产品/服务特色四、公司经营状况五、公司发展规划第二节 上海欧赛斯文化创意有限公司一、企业概况二、企业优势分析三、产品/服务特色四、公司经营状况五、公司发展规划第三节 上海银橙文化传媒股份有限公司一、企业概况二、企业优势分析三、产品/服务特色四、公司经营状况五、公司发展规划第四节 北京艾德思奇科技有限公司一、企业概况二、企业优势分析三、产品/服务特色四、公司经营状况五、公司发展规划第五节 上海珍岛信息技术有限公司一、企业概况二、企业优势分析三、产品/服务特色四、公司经营状况五、公司发展规划第九章 2025-2031年精准营销行业前景及趋势预测第一节 2025-2031年精准营销市场趋势预测一、2025-2031年精准营销市场发展潜力二、2025-2031年精准营销服务趋势预测第二节 2025-2031年精准营销市场发展趋势预测一、2025-2031年精准营销行业发展趋势二、2025-2031年精准营销市场规模预测三、2025-2031年营销服务行业应用趋势预测第三节

节 2025-2031年中国精准营销服务行业需求预测第十章2025-2031年精准营销行业投资机会与风险防范第一节 2025-2031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 2025-2031年精准营销行业投资前景及防范一、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、行业投资策略建议二、行业投资方向建议

详细请访问：<http://www.bosidata.com/report/G81651T8UA.html>