

# 2020-2026年中国AI+营销市场深度调研及投资前景战略分析报告

## 报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制  
[www.chinairr.org](http://www.chinairr.org)

## 一、报告报价

《2020-2026年中国AI+营销市场深度调研及投资前景战略分析报告》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.chinairr.org/report/R09/R0904/201910/30-319352.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: [sales@chyxx.com](mailto:sales@chyxx.com)

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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、说明、目录、图表目录

伴随着智能手机出货量和保有量的不断提升，社会整体注意力不断向移动互联网迁移，尤其是2013年以来，这一迁移速度加快，与此同时，广告技术和应用不断完善，推动着移动广告规模的快速增长，预计2019年移动广告规模将达到3814.4亿，较去年增长49.6%，未来，随着AI在移动广告中的落地，将有效提升移动广告的变现效率，持续引领移动广告市场增长。2013-2022年中国网络广告&移动网络广告市场规模 数据来源：公开资料整理

中国产业研究报告网发布的《2020-2026年中国AI+营销市场深度调研及投资前景战略分析报告》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

AI在营销中的应用，可以带来更丰富的用户标签，更先进的人群扩展技术，优化目标人群点击转化等，因此，广告主应该更加注重数据和技术在数字营销中的作用，从而更高效地解决数字营销中的痛点和难点。广告主最主要的营销痛点TOP10 数据来源：公开资料整理

58.5%的媒体痛点在于“平衡广告数量和用户体验之间的矛盾”，过高的广告加载率，过于粗暴的广告展现形式，都影响着用户体验，而用户体验的降低，以及由此带来的用户流量减少，则有可能使媒体进入商业化过度开发，用户体验进一步降低的负循环中。媒体

最主要的营销痛点TOP10 数据来源：公开资料整理

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

&hellip;&hellip;

## 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

## 图表目录：

图表1：2015-2019年我国网民规模变化（单位：亿人，%）

图表2：2015-2019年我国互联网普及率变化（单位：%）

图表3：2015-2019年我国手机网民人数变化（单位：亿人，%）

图表4：2015-2019年我国网络购物用户规模及使用率（单位：亿人，%）



图表5：2015-2019年我国网上支付用户规模及使用率（单位：亿人，%）

图表6：2015-2019年我国网上银行用户规模及使用率（单位：亿人，%）

图表7：2015-2019年中国AI+营销市场规模（单位：亿元，%）

图表8：2015-2019年中国移动AI+营销市场规模（单位：亿元，%）

图表9：2015-2019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10：2015-2019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12：2015-2019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13：2015-2019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14：2015-2019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15：2015-2019年中国广告主AI+营销社交媒体选择——PC端（单位：%）

图表16：2015-2019年中国广告主AI+营销社交媒体选择——移动端（单位：%）

图表17：2015-2019年中国广告主AI+营销视频媒体选择——PC端（单位：%）

图表18：2015-2019年中国广告主AI+营销视频媒体选择——移动端（单位：%）

图表19：2015-2019年中国广告主AI+营销电商媒体选择——PC端（单位：%）

图表20：2015-2019年中国广告主AI+营销电商媒体选择——移动端（单位：%）

图表21：2015-2019年中国广告主AI+营销新闻门户选择——PC端（单位：%）

图表22：2015-2019年中国广告主AI+营销新闻门户选择——移动端（单位：%）

图表23：2015-2019年中国广告主AI+营销广告模式选择——PC端（单位：%）

图表24：2015-2019年中国广告主AI+营销广告形式选择——移动端（单位：%）

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R09/R0904/201910/30-319352.html>