

# 2020-2026年中国AI+营 销市场深度调研与投资战略研究报告

## 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+营销市场深度调研与投资战略研究报告》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.chinairr.org/report/R09/R0904/201910/30-319353.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。

广告主对于AI相关技术具备一定程度的了解，其中人机交互（语音等）、区块链、虚拟现实、生物特征识别、视觉识别等均有较高了解程度；在AI技术的领域中，有过半的广告主对智能家居、自动驾驶等AI技术应用领域有所关注，其次是教育（自适应学习）、智能客服等。广告主对AI相关技术的了解情况分布 数据来源：公开资料整理广告主对AI技术应用的关注领域分布 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+营销市场深度调研与投资战略研究报告》共八章。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：

### 第一章中国AI+营销行业发展现状分析

#### 1.1AI+营销行业发展现状

##### 1.1.1AI+营销发展历程

##### 1.1.2AI+营销发展现状

##### 1.1.3AI+营销发展规模

##### 1.1.4AI+营销发展特点

##### 1.1.5AI+营销发展趋势

##### 1.1.6AI+营销发展前景

#### 1.2AI+营销细分市场发展分析

##### 1.2.1垂直类门户AI+营销发展分析

- 1.2.2社区类互动营销发展分析
- 1.2.3搜索引擎类SEM营销分析
- 1.2.4微博微信类营销发展分析
- 1.2.5视频类网络媒体营销分析
- 1.2.6广告联盟类营销发展分析
- 1.2.7网络公关营销发展分析
- 1.2.8网吧客户端营销发展分析
- 1.3主要行业AI+营销发展分析
  - 1.3.1网络服务行业AI+营销发展分析
  - 1.3.2交通行业AI+营销发展分析
  - 1.3.3IT行业AI+营销发展分析
  - 1.3.4房地产行业AI+营销发展分析
  - 1.3.5服装行业AI+营销发展分析
  - 1.3.6食品饮料行业AI+营销发展分析
  - 1.3.7金融服务业AI+营销发展分析
  - 1.3.8通讯服务业AI+营销发展分析
  - 1.3.9消费电子行业AI+营销发展分析
  - 1.3.10销售服务业AI+营销发展分析
  - 1.3.11化妆浴室用品行业AI+营销发展分析
  - 1.3.12医疗服务业AI+营销发展分析
  - 1.3.13教育培训业AI+营销发展分析
  - 1.3.14娱乐休闲业AI+营销发展分析
  - 1.3.15个人用品行业AI+营销发展分析
  - 1.3.16家居装饰业AI+营销发展分析

## 第二章企业进入互联网的战略选择分析

- 2.1企业自建AI+营销平台分析
  - 2.1.1自建平台意义分析
  - 2.1.2自建平台资金投入分析
  - 2.1.3自建平台其他投入分析
  - 2.1.4自建平台典型案例分析
  - 2.1.5自建平台经验总结与建议

## 2.2企业借助三方平台分析

### 2.2.1第三方平台选择误区分析

### 2.2.2第三方平台选择案例分析

### 2.2.3第三方平台选择经验借鉴

(1) 以平台规模三方平台选择

(2) 广告持久度三方平台选择

(3) 供求同信息服务平台选择

(4) 行业咨询服务平台选择

(5) 招商加盟服务备平台选择

(6) 项目外包服务平台选择

(7) 在线服务为主的平台选择

(8) 技术社区服务平台选择

### 2.2.4企业借助三方平台经验总结与建议

## 2.3新建平台配套设施建设分析

### 2.3.1新建平台计划制定建议

### 2.3.2新建平台团队人员结构建议

### 2.3.3新建平台运作灵活性提升建议

### 2.3.4新建平台应对互联网变化建议

## 第三章企业AI+营销模式分析

### 3.1微信营销模式分析

#### 3.1.1微信营销应用现状分析

#### 3.1.2微信营销优劣势分析

#### 3.1.3微信营销实施步骤分析

#### 3.1.4微信营销成功要素分析

#### 3.1.5微信营销典型案例分析

### 3.2微博营销模式分析

#### 3.2.1微博营销应用现状分析

#### 3.2.2微博营销优劣势分析

#### 3.2.3微博营销实施步骤分析

#### 3.2.4微博营销成功要素分析

#### 3.2.5微博营销典型案例分析

### 3.3口碑营销模式分析

#### 3.3.1口碑营销应用现状分析

#### 3.3.2口碑营销优劣势分析

#### 3.3.3口碑营销实施步骤分析

#### 3.3.4口碑营销成功要素分析

#### 3.3.5口碑营销典型案例分析

### 3.4新闻营销模式分析

#### 3.4.1新闻营销应用现状分析

#### 3.4.2新闻营销优劣势分析

#### 3.4.3新闻营销实施步骤分析

#### 3.4.4新闻营销成功要素分析

#### 3.4.5新闻营销典型案例分析

### 3.5事件营销模式分析

#### 3.5.1事件营销应用现状分析

#### 3.5.2事件营销优劣势分析

#### 3.5.3事件营销实施步骤分析

#### 3.5.4事件营销成功要素分析

#### 3.5.5事件营销典型案例分析

### 3.6危机公关模式分析

#### 3.6.1微信营销应用现状分析

#### 3.6.2危机公关优劣势分析

#### 3.6.3危机公关实施步骤分析

#### 3.6.4危机公关成功要素分析

#### 3.6.5危机公关典型案例分析

## 第四章互联网精准营销分析

### 4.1目标客户群定位分析

根据调研数据，AR、VR及语音广告、互动式广告等是广告主尝试比例较高的AI+营销新技术领域。随着语音技术日渐趋于成熟，语音广告的适用场景更为丰富，语音广告将更加受到广告主的关注。广告主对AI+营销新技术的尝试 数据来源：公开资料整理

在AI+营销应用的具体环节中，广告主进行AI+营销的主要应用环节为“创意生成”，比例为60.0%， “用户洞察”和“效果分析”的比例均

为46.7%，同时，也有部分广告主尝试过应用落地环节为“策略制定”及“再营销”。AI+营销应用落地情况 数据来源：公开资料整理

#### 4.1.1目标客户大数据定位分析

#### 4.1.2目标客户地域定位分析

#### 4.1.3目标客户行为习惯定位分析

### 4.2精准营销广告投放分析

#### 4.2.1CPM采购投放模式分析

#### 4.2.2精准营销广告考量要素分析

（1）覆盖度考量分析

（2）精准度考量分析

（3）渗透度考量分析

（4）有效性考量分析

#### 4.2.3广告投放决策分析

（1）广告投放媒介分析

（2）广告投放网站分析

#### 4.2.4广告投入模式分析

（1）网幅广告

（2）文本链接广告

（3）电子邮件广告

（4）赞助式广告

（5）与内容结合广告

（6）插播式广告

（7）RichMedia

（8）EDM直投

（9）定向广告

（10）其他新型广告

### 4.3精准营销效果评价体系建设分析

#### 4.3.1效果评价指标分析

（1）整体营销费用

（2）访问来源跟踪

（3）访问停留时间

（4）访问页面深度

- (5) 邮件咨询数
- (6) 会员注册数
- (7) 相关下载数
- (8) 在线咨询数
- (9) 电话咨询数
- (10) 有效订单数

#### 4.3.2效果评价指标权重分析

### 第五章针对不同产品的AI+营销策略分析

#### 5.1工业品的AI+营销策略分析

- 5.1.1工业品AI+营销特点分析
- 5.1.2工业品AI+营销常见模式
- 5.1.3工业品AI+营销存在问题分析
- 5.1.4工业品AI+营销适合企业分析
- 5.1.5工业品AI+营销典型案例分析
- 5.1.6工业品AI+营销市场机会分析
- 5.1.7工业品AI+营销投入成本分析
- 5.1.8工业品AI+营销投资可行性分析
- 5.1.9工业品AI+营销相关建议

#### 5.2消费品的AI+营销策略分析

- 5.2.1消费品AI+营销特点分析
- 5.2.2消费品AI+营销常见模式
- 5.2.3消费品AI+营销存在问题分析
- 5.2.4消费品AI+营销适合企业分析
- 5.2.5消费品AI+营销典型案例分析
- 5.2.6消费品AI+营销市场机会分析
- 5.2.7消费品AI+营销投入成本分析
- 5.2.8消费品AI+营销投资可行性分析
- 5.2.9消费品AI+营销相关建议

#### 5.3服务类产品的AI+营销策略分析

- 5.3.1服务类产品AI+营销特点分析
- 5.3.2服务类产品AI+营销常见模式



- 5.3.3服务类产品AI+营销存在问题分析
- 5.3.4服务类产品AI+营销适合企业分析
- 5.3.5服务类产品AI+营销典型案例分析
- 5.3.6服务类产品AI+营销市场机会分析
- 5.3.7服务类产品AI+营销投入成本分析
- 5.3.8服务类产品AI+营销投资可行性分析
- 5.3.9服务类产品AI+营销相关建议

## 第六章企业AI+营销推广策略分析

- 6.1平台优化推广策略分析
  - 6.1.1平台优化推广策略简介
  - 6.1.2平台优化推广适用情况
  - 6.1.3平台优化推广成功要素
  - 6.1.4平台优化推广典型案例
  - 6.1.5平台优化推广经验总结
- 6.2关键字点击推广策略分析
  - 6.2.1关键字点击推广策略简介
  - 6.2.2关键字点击推广适用情况
  - 6.2.3关键字点击推广成功要素
  - 6.2.4关键字点击推广典型案例
  - 6.2.5关键字点击推广经验总结
- 6.3付费推广策略分析
  - 6.3.1付费推广策略简介
  - 6.3.2付费推广适用情况
  - 6.3.3付费推广成功要素
  - 6.3.4付费推广典型案例
- 6.4平面推广策略分析
  - 6.4.1平面推广策略简介
  - 6.4.2平面推广适用情况
  - 6.4.3平面推广成功要素
  - 6.4.4平面推广典型案例
- 6.5隐性推广策略分析

- 6.5.1隐性推广策略简介
- 6.5.2隐性推广适用情况
- 6.5.3隐性推广成功要素
- 6.5.4隐性推广典型案例
- 6.6人脉推广策略分析
  - 6.6.1人脉推广策略简介
  - 6.6.2人脉推广适用情况
  - 6.6.3人脉推广成功要素
  - 6.6.4人脉推广典型案例
- 6.7品牌推广策略分析
  - 6.7.1品牌推广策略简介
  - 6.7.2品牌推广适用情况
  - 6.7.3品牌推广成功要素
  - 6.7.4品牌推广典型案例
- 6.8典型AI+营销案例分析
  - 6.8.1 京东：以AI智能语音趣玩新年营销
  - 6.8.2 一汽丰田：《奕声悄悄话》创意语音H5
  - 6.8.3 肯德基：会聊天的KI上校

## 第七章AI+营销相关企业发展情况分析

- 7.1讯飞智汇
  - 7.1.1企业基本情况简介
  - 7.1.2企业业务范围分析
  - 7.1.3企业主要客户分析
  - 7.1.4企业典型项目分析
- 7.2百度
  - 7.2.1企业基本情况简介
  - 7.2.2企业业务范围分析
  - 7.2.3企业主要客户分析
  - 7.2.4企业典型项目分析
- 7.3腾讯
  - 7.3.1企业基本情况简介

7.3.2企业业务范围分析

7.3.3企业主要客户分析

7.3.4企业典型项目分析

7.4阿里巴巴

7.4.1企业基本情况简介

7.4.2企业业务范围分析

7.4.3企业主要客户分析

7.4.4企业典型项目分析

7.5 Facebook

7.5.1企业基本情况简介

7.5.2企业业务范围分析

7.5.3企业主要客户分析

7.5.4企业典型项目分析

&hellip;&hellip;

## 第八章中国AI+营销发展趋势与前景分析

8.1AI+营销发展趋势分析

8.1.1AI+营销政策走向研判

8.1.2AI+营销模式发展趋势

8.1.3AI+营销市场发展趋势

8.1.4AI+营销未来竞争走向

8.2AI+营销市场前景预测

8.2.1互联网行业市场规模预测

8.2.2AI+营销市场规模预测

8.2.3AI+营销子行业发展预测

8.2.4各类产品AI+营销前景预测

8.3AI+营销投资前景预测

8.3.1AI+营销进入壁垒分析

8.3.2AI+营销投资风险分析

8.3.3AI+营销投资可行性分析

8.3.4AI+营销投资前景分析

8.4展望AI+营销投资建议

- 8.4.1传统互联网企业投资建议
- 8.4.2工业品生产企业投资建议
- 8.4.3消费品生产企业投资建议
- 8.4.4服类类相关企业投资建议

图表目录：

- 图表1：中国AI+营销发展历程示意图
- 图表2：中国AI+营销发展特点列表
- 图表3：中国企业自建AI+营销平台经验总结表
- 图表4：中国企业借助三方平台经验总结表
- 图表5：中国新建平台应对互联网变化建议列表
- 图表6：微信营销优劣势分析表
- 图表7：微信营销实施步骤示意图
- 图表8：微信营销成功要素分析表
- 图表9：微博营销优劣势分析表
- 图表10：微博营销实施步骤示意图
- 图表11：微博营销成功要素分析表
- 图表12：口碑营销优劣势分析表
- 图表13：口碑营销实施步骤示意图
- 图表14：口碑营销成功要素分析表
- 图表15：新闻营销优劣势分析表
- 图表16：新闻营销实施步骤示意图
- 图表17：新闻营销成功要素分析表
- 图表18：事件营销优劣势分析表
- 图表19：事件营销实施步骤示意图
- 图表20：事件营销成功要素分析表
- 图表21：危机公关优劣势分析表
- 图表22：危机公关实施步骤示意图
- 图表23：危机公关成功要素分析表
- 图表24：工业品AI+营销特点分析表
- 图表25：工业品AI+营销常见模式分析表
- 图表26：工业品AI+营销存在问题分析表

更多图表见正文&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R09/R0904/201910/30-319353.html>