

中国移动营销行业洞察报告 ——企业篇

2018年



海量行研报告免费读

中国移动营销相关企业发展概况

1

中国移动营销典型企业分析

2

移动营销行业发展特点

营销智能化是核心，相关要素将产生共振效应

伴随着移动互联网时代的全面到来，尤其移动化所带来的位置数据、物联网数据日趋丰富，加之云计算、大数据、人工智能、物联网等技术的繁荣发展，营销智能化特点将愈加明显。同时，其他要素也将产生共振效应，渠道、场景、数据、体验，都将以智能化为核心产生自我优化和变革。

营销智能化是核心，相关要素将产生共振效应



渠道

■ 以智能手机为代表的智能设备种类会增加，移动营销的渠道会聚焦在智能设备上。同时，智能互联的规模和模式将进一步扩展，设备之间更大的协作互动将会出现，为连续的环境数字新体验奠定渠道基础。



数据

■ 智能最核心的模块在于算法和数据，算法源于大数据，在足够体量的数据支撑下，通过算法的不断精进来优化数据，算法和数据互相成就，协同挖掘出有效的洞察和策略，全方位成就移动营销智能化。



场景

■ 随着物联网的发展和繁荣，智能设备渗透到用户生活的各个角落成为可能，带来的是用户生活场景数据的丰富，多场景数据联通下，将更精确的预测用户的下一个场景行为，真正实现一对一的个性化营销。



体验

■ 智能营销带来的精准程度，将在一定程度上降低用户对广告的抵触情绪，用户体验会更好，同时，随着AR、VR、MR技术的不断成熟，用户的接受程度越来越高，营销科技体验感也会越来越强。

移动营销相关企业发展概况综述

企业市场活力不断增强，面临的挑战会更多元和复杂

在众多行业当中营销有他的特殊性存在，市场繁荣时，企业会试图通过投入大量预算，不断在市场上发出声音，从而在竞争对手中脱颖而出，尤其对于初创企业来说，营销的重要性不言而喻。相反，市场活力衰退时，营销也会愈发紧迫和必要，通过营销来实现销售增长是企业不能忽视和放弃的增长手段。因此，在当下的市场环境下，营销相关企业的市场活力依然会不断增强，同时，从企业的资本动作及运用技术的程度来看，伴随着多变的营销环境，营销企业面临的挑战和困难也将更多元和复杂。

移动营销相关企业发展概况综述



营销供应商分类及特点分析

营销供应商是指服务产业链两端的一方，多年服务经验造就了自己的优势壁垒。多变的营销浪潮下，颠覆型选手将不断涌现；



营销企业所用技术梳理

营销作为嗅觉敏锐的行业，一直关注新技术的发展并将技术应用到营销中来。目前，所用技术包括云计算、大数据、人工智能、物联网等；



营销企业相关资本动作梳理

目前来看，技术是营销发展最重要的推动力，营销企业因势而势，通过投资技术企业和制定相关战略，来实现自己的繁荣发展；

移动营销供应商分类及特点分析

关键要素的有效整合是营销企业的发展关键

营销供应商可分为媒介主导型、整合营销型、社会化营销、创意主导型、技术主导型、数据服务型六大类，每一种类型是根据营销发展历程当中所显现的关键要素所划分的，目前，多关键要素已经处于融合状态，朝整合营销方向发展。与此同时，艾瑞通过访谈了解到，大部分营销供应商都在做整合营销战略布局，在自身所具备的优势壁垒之上，不断的去尝试和触及更多的营销业务类型，希望能通过整合营销的手段，帮助客户实现传播活动一元化，从而使企业实现销售成本的低成本化，营销效果的高冲击力。

营销供应商分类及特点分析

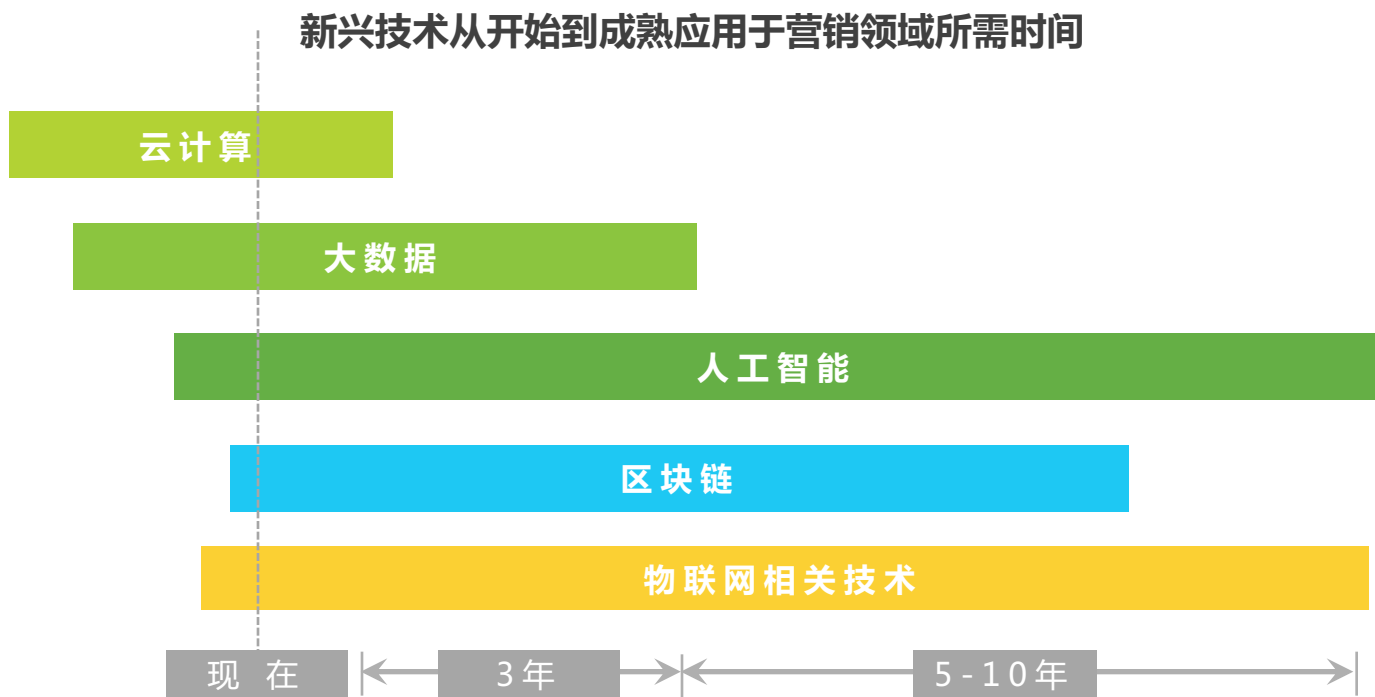
	媒介主导型	整合营销型	社会化营销
特点分析	媒介资源雄厚，系统媒介资源调研及先进媒介工具的开发是核心优势； 代表企业 分众传媒 新意互动 艾德思奇 群邑集团 ...	综合实力强，营销工具和手段结合，渠道配合、内容互助及人力部署的整合； 代表企业 蓝标集团 省广股份 利欧股份 昌荣集团 ...	社交思维主导，用户自传播力强，传播速度快，成本相对较低； 代表企业 时趣 环时互动 微播易 微传播 ...
	创意主导型	技术主导型	数据服务型
特点分析	核心在于创意性，依靠个性化的思路和创意帮助客户解决他们面临的问题； 代表企业 奥美互动 天与空 有门 李戈斯雷尼 ...	增长的新动力，用技术帮助数据变现，变现背后是人力的有效辅助； 代表企业 品友互动 悠易互通 亿起联 璧合科技 ...	挖掘数据背后的洞察，找到别人看不到的营销机会，并制定相应的营销策略； 代表企业 艾瑞咨询 尼尔森 益普索 勾正数据 ...

来源：根据公开资料，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

移动营销相关企业所用技术梳理

大部分的新兴技术都将快速应用于企业营销

对于营销企业而言，云计算和大数据的应用已经十分普及；人工智能也崭露头角，推动智能化营销的发展；源起于金融科技的区块链技术则开始解决营销中的透明和安全问题。不久的将来，随着物联网相关技术的成熟，在智能感知的环境中，伴随着场景变迁，营销将更加无处不在。营销从来没有缺席过每一次新兴技术的应用，这一波浪潮也不例外，艾瑞分析认为，人工智能、区块链、物联网相关技术等营销领域中，从应用到成熟至少需要5-10年的时间。



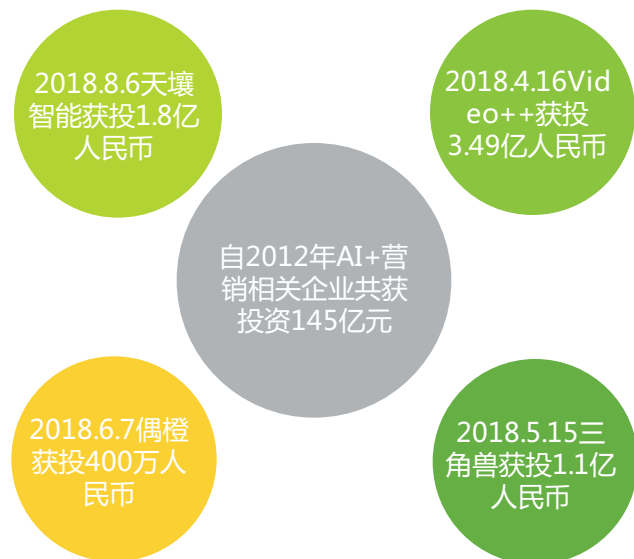
来源：根据公开资料，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

移动营销相关企业资本动作梳理

AI营销作为优质赛道受资本青睐，融资数量金额均增长

人工智能领域近年来一直受到资本的格外关注，AI+营销也相应地迎来大量的资本注入。据统计，国内目前直接服务于AI+营销的公司约199家，获投金额共计145亿人民币。其中在2018年的8个月间，AI+营销领域就产生了24笔投资时间，平均每月超过2件。与此同时，BAT企业都在做人工智能方面的布局，根据其提及的人工智能的收益情况，百度的研发费用从2016年的人民币100亿元（16亿美元）增加到2017年的人民币129亿元（20亿美元）；2018年4月阿里投资了极链科技Video++，进一步加强了AI+文娱产业的商业化布局。2018年5月腾讯投资燧原科技公司，燧原科技今年2018年3月成立于上海，在上海和北京设有研发中心。其产品是针对云端数据中心开发的深度学习高端芯片，定位于人工智能训练平台。

AI+ 营销企业融资现状



BAT企业关于AI相关资本动作

自2014年以来，百度，阿里巴巴和腾讯参与了39项创业公司的股权交易，这些创业公司主要研发AI软件和AI芯片。百度投资了11个不同类别的AI公司，包括新闻和媒体、医疗保健、AI芯片和广告等。

根据其提及人工智能的收益情况，百度的研发费用从2016年的人民币100亿元（16亿美元）增加到2017年的人民币129亿元（20亿美元），这些费用主要用于在中国和加州的研发部门的薪酬支出，这些研发部门主要专注于AI。

2018年4月阿里投资了极链科技Video++，进一步加强了AI+文娱业的商业化布局。2018年8月阿里巴巴投资探迹科技布局AI销售领域，在对AI初创公司的投资上，阿里巴巴多次强调AI技术与商业场景的深度结合。

2018年5月腾讯投资燧原科技公司，燧原科技今年2018年3月成立于上海，在上海和北京设有研发中心。其产品是针对云端数据中心开发的深度学习高端芯片，定位于人工智能训练平台。

中国移动营销相关企业发展概况

1

中国移动营销典型企业分析

2

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_21179

