



2023

中国数字营销生态图 年度解读

CHINA DIGITAL MARKETING LANDSCAPE
INSIGHT REPORT

Copyright© 2023

虎啸传媒/秒针营销科学院

Version 202311

拥抱变革

数字营销行业似乎正处于新旧时空交换的黎明时刻，天际已泛出微光，但一切还处于未知之中。行业疲于存量竞争和不断被压缩的增长空间，**期望于元宇宙、AI等技术带来的新流量、新机会。**

即将过去的2023年，经济虽然缓慢回暖，但消费、投资相对而言回暖劲头不足，体现在数字营销产业，最直观的就是紧缩的营销预算、结果导向的营销目标和零星的数字营销融资数量。直播带货等直接和销售关联的营销形式更受欢迎的同时，“电商热潮消退”“不花钱就没流量”“降本增效”也困扰着每个营销人，品牌长期主义开始回归，品效的天平重新开始调平。

与此同时，AI作为革命性的生产力技术，成为数字营销行业梦寐以求的新价值洼地。作为最受关注的赛道，AI将与元宇宙、数字人等技术相结合，为营销带来新的想象空间，以往所有的营销工作流程和工作任务，都值得用AI再做一遍，包括但不限于：广告的投放流程、营销洞察的流程和方法、营销内容的生产模式、媒介平台服务客户、沟通客户的方式等等。

与《中国数字营销生态图（2023版）》相配合，结合行业专家访谈，本年度的解读报告，我们会重点总结2023年度中国数字营销行业发生的重要变化，同时展望新技术、新人群带来的发展新机遇，为营销从业者更全面地了解当下的数字营销生态提供参考，同时为期望为大家探索新机遇带来启发。

中国数字营销生态图

2023版概述

2023生态图的赛道概览

从2020年开始，中国商务广告协会数字营销专业委员会、虎啸奖组委会及秒针营销科学院陆续发布《2020中国数字营销系列图谱》《中国数字营销生态图（2021版）&解读报告》《中国数字营销生态图（2022版）&解读报告》，受到行业各方的关注，四年以来，我们持续更新，不断的寻求改变，帮助营销从业人员洞悉行业生态。

技术不断演进，市场不断变化，数字营销产业生态也随之变化。2023年的中国数字营销生态图的征集，共有2103个有效企业赛道提报，相比2022年的1891个增长11%，为稳中略增状态！

在今年的图谱公开征集中，我们依然设置了三大一级分类，即“**服务和管理**”、“**数据和运营工具**”、“**触点和内容**”，与2022年相同。

二级分类数量从2022年的17个增加到了19个，新增两个赛道，一个是今年大热的AI营销，另一个是从原三级赛道调整为二级赛道的“智能硬件营销”。

三级赛道，由2022年102个增加为111个，增加了9个，其中AI营销下有新增的7个三级赛道：AI内容生成、AI大模型工具、AI洞察、AI客服、AI助手、AI问答、AI投放。其它2个新增三级赛道，分别是触点内容-内容营销下，新增的“体育营销”，和触点内容-社媒营销下新增的“短视频营销”。

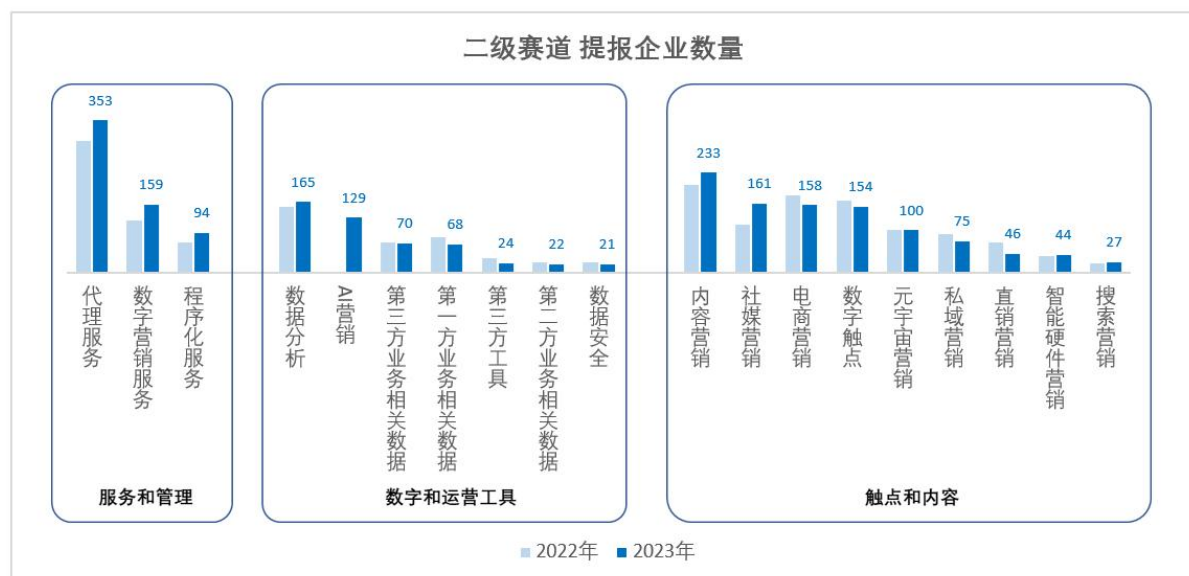
具体的生态赛道分类设置及说明，请参考文末的附录内容。

2023生态图的赛道概览

按分类提报企业数量来看，在三个一级分类中（“**服务和管理**”、“**数据和运营工具**”、“**触点和内容**”），从2022年的501、398、992，共1891个有效企业赛道提报，变化为606、499、998。可以看到，服务和管理的提报数量同比增加21%、数据和运营工具同比增加25%，这两个赛道都有较大的增长，而且触点内容从992增长到992，基本持平。



按二级赛道来看，**AI营销为2023年新增，首年就有129个企业提报，充分说明了行业对AI的高度热情。**此外，19个二级赛道中，提报企业数量增加最多的是“社媒营销、代理服务、数字营销服务、内容营销、程序化服务”。增加企业数量都超过20个。值得注意的是，有部分赛道的提报数量与去年相比有减少，说明了在这些细分生态趋于稳定，其中玩家正在进一步集中化，最明显的是直销营销，减少了27个。



企业提报数量对比 2021-2023年

2023生态图的赛道概览

在对今年的提报企业数据做进一步整理后，三个一级分类下各自存在一些热门的细分赛道，即提报企业数量较多（超过30个）的赛道：

- **“服务和管理”** 分类下14个细分赛道中含如下热门三级赛道：
全案代理(156)、媒介代理(82)、创意代理(81)、数字营销咨询(76)、数字营销媒体(67)、公关代理(34)、需求方代理平台（DSP）(30)
- **“数据和运营工具”** 分类下26个细分赛道中含如下热门三级赛道：
AI内容生成(51)、营销效果分析(39)、数据分析工具(38)、数据服务供应商(32)
- **“触点和内容”** 分类下62个细分赛道中含如下热门三级赛道：
品牌生产内容(107)、社媒运营(65)、私域运营(49)、短视频(40)、数字人(34)、直播电商(33)、视频(30)、MCN(30)

从增量来看，111个三级赛道，增加最多的是AI内容生成（新增51）、社媒运营（新增33）、品牌生产内容（新增30）、AI大模型工具（新增28）、全案代理（新增27）、数字营销媒体（新增22）、数字营销咨询（新增21），与2022年相比，超过20个新增企业有提报。

三级赛道2023年提报企业数量增量TOP 20

三级赛道	一级	二级赛道	2022年	2023年	增量	增幅
AI内容生成	数据和运营工具	AI营销		51	51	NEW
社媒运营	触点和内容	社媒营销	32	65	33	103%
品牌生产内容	触点和内容	内容营销	77	107	30	39%
AI大模型工具	数据和运营工具	AI营销		28	28	NEW
全案代理	服务和管理	代理服务	129	156	27	21%
数字营销媒体	服务和管理	数字营销服务	45	67	22	49%
数字营销咨询	服务和管理	数字营销服务	55	76	21	38%
短视频营销	触点和内容	社媒营销		16	16	NEW
广告交易平台（Exchange）	服务和管理	程序化服务	9	21	12	133%
AI洞察	数据和运营工具	AI营销		12	12	NEW
营销效果分析	数据和运营工具	数据分析	28	39	11	39%
AI客服	数据和运营工具	AI营销		11	11	NEW
视频	触点和内容	数字触点	20	30	10	50%
AI助手	数据和运营工具	AI营销		10	10	NEW
MCN	触点和内容	社媒营销	21	30	9	43%
虚拟空间	触点和内容	元宇宙营销	19	28	9	47%
供应商平台&广告联盟（SSP）	服务和管理	程序化服务	14	23	9	64%
AI问答	数据和运营工具	AI营销		9	9	NEW
创意代理	服务和管理	代理服务	73	81	8	11%

2023生态图变化与特征

从征集的过程看，**2023年的《中国数字营销生态图》**呈现几个特征：

整体格局趋于稳定，触点内容大类不再增长：2022年对比2021年生态图企业提报数量大幅长80%，而2023年的增幅降到11%；某种程度上展现在中国，与数字营销相生的行业和产品，不再是高速增长扩张，而进入了一个相对稳定的生态格局。在三个一级分类中，2023年的企业数量增长主要集中在“服务和管理”、“数据和运营工具”两个中，“触点和内容”大类已经很难再有显著增长。其背后原因是在中国数字营销生态中，流量来源的媒介触点已经基本被分割稳定，成熟平台都在以各种方法争夺留存流量，新的触点想在竞争中获得流量增长机会的难度进一步提升。

AI成为年度焦点，大量公司布局：AI是营销行业2023年的热点，也是市场内资本追逐、企业青睐的业务创新方向，无论是AI内容生成，AI大模型工具，AI数字人等等，都已经有很多企业入局，力求找到新的发展之路。

服务生态更细分，拓展业务线：过去一年中，一级大类的“营销服务和管理”，“数据和运营工具”生态领域中，新增企业较多，说明在经济大环境的压力下，业内的服务代理，第三方公司，数据工具供应商等等，都希望能探索更多的新业务领域，因此同一家公司提报的业务线比去年也有明显增多；“全案代理”赛道的数量增长，说明了市场竞争之下品牌要求自己的代理公司在能力上必须全面化发展。数字营销媒体和数字营销咨询的数量增长，说明市场对数字营销领域中提供专业性服务的需求在增长。程度化服务赛道增长，说明企业通过技术追求降本增效和精细化投放的要求在提升。

中国数字营销生态 环境解析

Copyright© 2023

虎啸传媒/秒针营销科学院

Version 202311

02

经济回暖，数字营销投资市场 在压力中缓慢复苏

2023年经济和消费都在回暖，这种回升主要是相比于2020-2022年的表现，如果与2019年相比，则整体的增长速度明显放缓，2023年预计的全年GDP增幅约为5.2%，而2019年则为6.1%，这说明，经过一段时间的波动调整之后，中国市场开始进入了长期的稳定增长期。

消费也在逐步复苏，**2023年1—9月份，社会消费品零售总额342107亿元，同比增长6.8%**。其中，除汽车以外的消费品零售额307270亿元，增长7.0%。超过了全年GDP的增幅。特别是线下消费的典型代表——餐饮，该行业在1-9月的收入同比增速18.7%。其它线下经济，如：电影市场、旅游行业、会展与活动、交通运输等，也都有较好的表现。

数字营销的投资市场，即广告主的营销投资趋势上来看，在中国，营销及广告商业化收入是从多数字媒体的重要收入来源，品牌方（即广告主）在营销上是否愿意投资，投资是否增长，增长在哪些领域，很大程度上决定了中国数字营销生态的发展趋势，也决定了数字媒体的经营状况。

秒针营销科学院《2023年中国数字营销趋势报告》基于对中国市场主要广告主的调研，发现品牌方经过了2022年的波动后，对2023年的营销投资预期开始上升。预计2023年营销费用增长16%，比2022年实际增长的10%高出六个百分点。

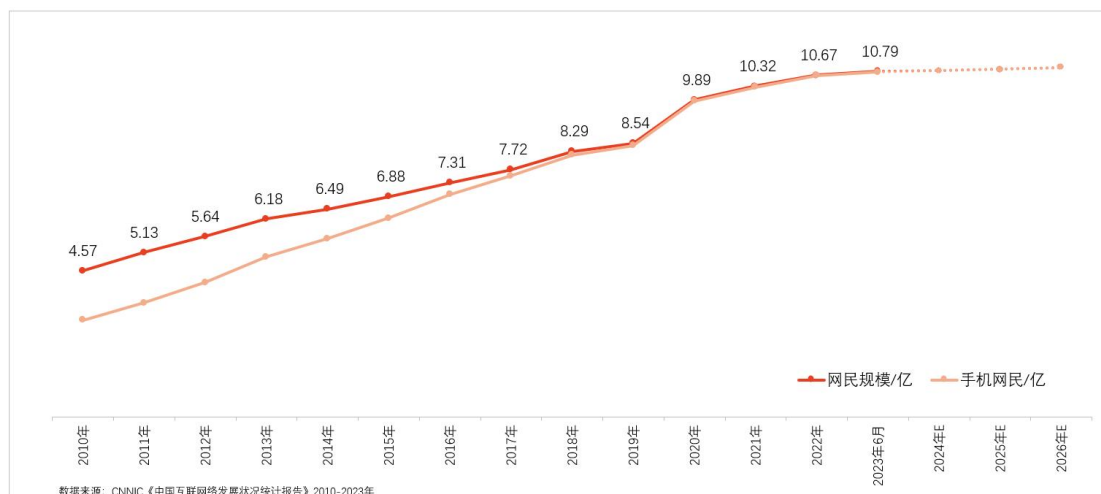
经济回暖，数字营销投资市场 在压力中缓慢复苏

移动端和户外媒体是广告主们2023年增加投放的主要媒介。在互联网端，2023年广告主重点计划增投的资源类型包括社交媒体、短视频媒体、直播；主要增投的广告形式是KOL合作、效果广告、视频信息流广告。



人口红利消退，数字流量竞争加剧，广告增长遇天花板

在数字营销生态中，近年最重要的趋势就是人口红利的消退，根据CNNIC的数据，中国市场的网民规模从2010年开始一直在高速增长，但进入2021年后，随着网民规模人量达到10.32亿，这一红利显然已经接近了天花板。



另一方面，我国的人口出生率从2016年之后，逐年走低，在2022年仅956万，为建国后最低值，这意味着短期来看母婴、教育等行业面临挑战，长期来看，整体的消费人口市场，数字化的红利风口都将不复再现。

从营销上，基于MAU及活跃买家数高速增长来获取高的GMV增速的时代已经过去，生态中的数字流量竞争进一步加剧，体现在例如数字广告上，增长遇到天花板。在非广告的营销行动例如社媒营销（KOL合作，直播等）上，流量无论是拉新成本还是获客成本也都在不断攀升，ROI瓶颈越来越高。

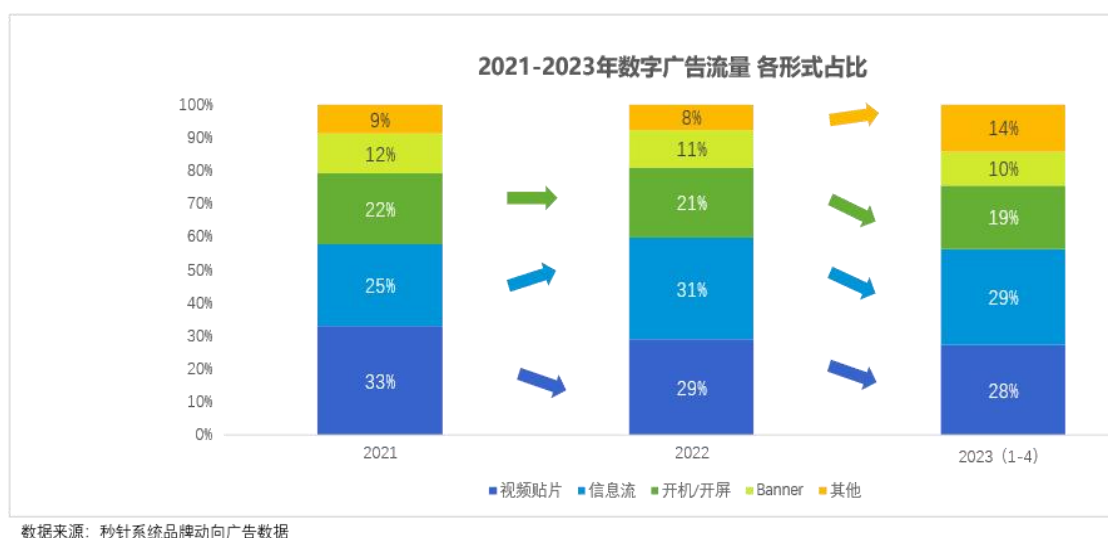
根据秒针系统2023年1-9月的数字广告监测数据显示，MOB端的广告流量同比去年减少5%，PC端的广告流量减少8%，只有OTT端广告流量为上升，提升5%。

数字营销生态熵增，创新、融合、营销科学成为媒体破局之

流量是所有互联网公司的核心资源，各媒体和平台都努力从外部获得更多流量，保住已有流量，并掌握流量分发的权力。当前环境下，新公司和新平台的流量开支占比明显高于成熟型的平台。初创公司想要获取流量的难度越来越大，互联网流量已经进入一个存量博弈的阶段。媒体希望在生态中破局增长，必须把握新的趋势，找到新的方向。

平台为保有流量，除了不断在TO C的内容上投资吸引消费者以外，首要的举措是在TO B的营销广告上进行大量创新，以吸引留存广告商，因此，在营销中的新广告形式，新资源，新玩法不断涌现。

根据秒针系统2023年1-9月的数字广告监测数据显示，主要的流量形式中，贴片广告，开机开屏广告，信息流广告三大常规的标准广告产品虽然仍占据主要份额，**但代表创新的“其它”广告形式在2023年快速增长到14%。**



AI来了！数字营销从业者在兴奋与焦虑中面对

元宇宙尚未降温，AI又来了，数字营销领域永远不缺乏新的概念和热点。2022年11月30日，OpenAI 研发的聊天机器人程序ChatGPT发布。推出仅2个月，用户已经破亿，是史上用户增长速度最快的消费应用程序。由此也在全球掀起了AI的浪潮。

对于数字营销从业者，AI一定是2023年最为关注，不可忽视的行业热点，一方面，AI倒底会给营销行业带来什么？除了我们了解的内容和创意生产，营销人还要如何更好的应用AI？另一方面，AI是否会影响个体，是为成为带来失业的竞争对手，还是助力提效的工作伙伴？营销从业者面对这些问题，即有兴奋，又有焦虑。无论个体态度如何，AI技术发展的车轮不会停滞，了解AI，学习AI，使用AI，是数字营销从业者必备的能力。

从生态图透视2022年 数字营销的 行业变化与看点

挑战永远伴随机遇。本章节将结合2023年的行业动向及生态图的征集就行业内的相关变化与热点做出解读。

无销量不营销

3.1.1 效果导向

每个营销人都知道，营销具有不确定性，不能保证投入的每分钱都能换来回报，浪费不可避免，过去十几年，尽管数字营销已经让营销在效率上有了很大的提升，但目前看来还是无法满足大部分企业的需求。

尤其在当前经济不景气的大环境下，企业都想要更明确的答案，这使得数字营销行业整体面临更大的挑战。不管是甲方还是乙方，营销投资都变得更为谨慎，数字营销生态整体步入深水区。

很多企业的预算实际上在减少，如果有预算，它们可能更愿意将其投入到直播中，或者将任何投资都与销售相关联，将所有的媒体投放都与结果挂钩，结果导向的趋势更为明显，品牌营销的投入则进一步下降。

所有的营销方式，大家的一致需求，首先就是看到效果，不管是品牌还是代理商，评估营销效果时，就会更关注流量来源和营销的聚焦点。营销的目标不仅是获取流量，更是将流量转化为销售。企业有时可能获得了大量的流量和传播话题，但如何留住并转化精准的目标消费群体才是其核心目标。

过去一年，直播带货仍是企业实现销量目标的核心营销渠道，一些传统的本土品牌也开始涉足直播带货并逐渐加大了投入，将更多的增长放在线上。除了直接看到效果的直播，更多承担“建设品牌”功能的渠道也被要求要和后链路捆绑，营销代理商更为频繁地被问到一个问题——**“如何将前端投放的费用，与后链路转化联系起来，以实现流量的转换？”**

无销量不营销

3.1.2 整合营销需求增加

如何在品效协同中贡献更多的力量，成为过去一年数字营销服务商需要考虑的关键点。

随之而来的，是整合营销公司的快速崛起，它们不再只专注于某一细分领域的运营，而是要具备前后端的综合服务能力。过往几年，细分领域的运营能力，如短视频创作、内容运营、电商运营和品牌媒介发展更快，今年企业对整合服务能力的要求更高了，它们希望减少与多个机构或公司的对接，避免这些公司在协同方面出现困难，它们需要具备综合服务能力的公司来满足这一需求。这一变化也体现在了2023年度的数字营销生态图中，例如，服务与管理中，代理服务下的全案代理申报数量同比涨幅达21%，触点与内容中社媒营销下，社媒运营产商数量翻倍，同比涨幅达到103%。

不管是甲方还是乙方，对热点的追捧都有所降温，疫情期间，很多公司一窝蜂地追求新机会，但真正能获得好结果的公司并不多，这也导致了很乱局的产生，随着时间的推移，面对新的机会点，大家开始变得更加理性。

存量竞争，内卷严重

目前数字营销行业已经进入存量竞争的阶段，每个赛道上都有大量的公司和代理商，内卷现象非常严重。不管是甲方、媒体还是乙方，都存在过度竞争的问题。

3.2.1 平台/媒体压缩利得空间

大型媒体，如腾讯、阿里、字节跳动等，以及微博、B站、小红书等中等规模的媒体，都在加强内部管理，特别是对MCN和代理商体系的管控，这使得代理商的利润率不断摊薄，整体市场平均毛利率下降。过去，新兴业务和新兴媒体曾带来许多利得空间，但疫情以来，这种空间已经减少，内卷现象加剧。

平台内卷的另一个例证是平台继续自建闭环。许多平台以前并没有电商属性，更多的是营销属性，但现在几乎每个平台都自建电商闭环，腾讯、阿里虽然在打开围墙花园，但同时也有平台通过自建闭环构筑围墙花园。

3.2.2 企业对效果的追求

甲方广告主内部，随着数字化进程的加速，效果的追求也变得更加明确。过去做决策时只需考虑价值导向的意义和逻辑，现在CMO必须向CFO提供明确的投资回报率（ROI），这使得CMO和市场总监们在选择媒体时更加谨慎，也进而加剧了内卷。

为了寻求突破，许多公司开始寻求跨界或联名，以扩大市场份额。瑞幸咖啡的跨界融合系列就是很好的例子，通过社交传播工具快速实现裂变，并利用私域闭环承接流量，实现转化。这种方式可以利用相似高流量、高势能品牌的流量加持，为自己的品牌提供进一步的流量和销量助力。

A世代带来新挑战和新机会

出生于2009年及以后的Alpha世代（A世代），逐步成长为新一代消费群，他们的消费观念已经发生很大变化。典型的特征，是他们不再认同西方消费主义的价值理念和价值观，与90后、80后、70后以往的价值观和消费观有很大不同；作为互联网原住民，他们对产品的交互性要求很高，更在意强交互的体验感。

3.3.1 A世代带来的新挑战

因为越来越难以理解消费者的真实想法，数字营销行业过去的买量服务可能会越来越难以为继，过去很容易进行的广告投放和价值观引导，现在难度也会越来越大。新消费主义观念下，如何引导他们形成积极的消费观念，以及如何激发他们的消费能力，是整个数字营销行业面临的明确挑战。

此外，很多年轻人现在持有“躺平”观念，这导致他们的整体消费能力有所下降，虽然这可能不是当前的主要状态，但确实是行业需要面对的挑战之一。

3.3.2 A世代带来的新机会

营销的方式也需要随之改变，简单的图文和视频推送已经不能满足A世代的需求，他们从小接触卡通、动漫、电子游戏等数字产品，因此对数字产品的强交互需求很强，更希望产品以叙事的方式与他们进行交互。

他们对品牌也有新的期待，不仅关注产品质量，还关注品牌的价值观和叙事方式中是否有他们的参与，他们希望与品牌一起成长，这种参与感和共创性也是他们表达创造力的一种方式。

元宇宙是面向未来的技术

3.4.1 元宇宙应用现状

新技术的发展都会经历泡沫期、冷静期、发展期、成熟期和衰退期。虽然媒体报道的重点，会随着不断出现的新技术、新概念迁移，但无论是早期的区块链、去年的元宇宙还是今年的AI，都是未来数字经济的重要组成部分，它们不会过时，仍处于早期阶段，并且充满机会。

元宇宙的重要性已经上升至政策及战略层面。去年10月，工信部发布《**工业元宇宙创新发展三年行动计划（2022-2025年）**》，次月，工信部等五部门发布《虚拟现实与行业应用融合发展行动计划》。不少省市也将元宇宙纳入发展规划，比如上海对元宇宙就高度重视，**先是在“十四五”规划中写入元宇宙内容**，而后又在2022年印发《上海市培育“元宇宙”新赛道行动方案（2022-2025年）》，提出到2025年元宇宙相关产业规模达到3500亿元。

目前，我们不必过于考虑这些技术是否处于初期阶段，因为在某些细分领域中，它们已经具有应用价值。它们可能无法影响我们生活的方方面面，但在某些具体的方面，已经展现出比现有交互模式和计算模式更大的能力。

应用层面，短期内元宇宙的具体落地可分为两个类型：**一是虚实结合**，将线下的实体场景与线上虚拟场景链接，这是当前企业能够切身应用的部分，包括推出虚拟IP、数字藏品、虚拟商品和服务、数字人等。

二是虚拟场景，核心在于如何让用户更方便、快速地进入虚拟世界，并与品牌关联，在虚拟场景中重新架构用户与产品、品牌的交互链接。这与现象级的国民应用出现，以及可穿戴设备等的大规模普及密切相关。目前国外已经出现了在15岁以下儿童中非常受欢迎的现象级产品，日活和月活用户基数极大，用户可以在里面创建自己的3D人物、换装、交友等。

AI让元宇宙具备市场价值

元宇宙和AI都是未来时代基石性的方向或科学技术。类比早期的PC时代，元宇宙代表的新交互模式相当于新时代的主显示屏，AI则是这一交互模式背后的计算逻辑或支持能力的基础。

AIGC的发展让元宇宙的虚拟场景及数字人开始具备实体性的市场价值。

如虚拟数字IP形象、虚拟人物等被品牌用作数字形象代言人，这些虚拟人物需要很长时间来培育和训练，背后需要有故事、已有的价值以及与消费者之间的纽带共鸣情绪共鸣。只有具备这些深层次的内核，才能被称为真正的IP，AIGC的发展则让虚拟人物拥有了新的市场增长空间。

有的企业已经开始复活历史名人IP，如李白、西施等，这些人物本身具有鲜明的个性化标签，经过长时间的历史文化积淀和个人品牌渗透，具有很强的品牌影响力。数字人注入AIGC的思考、学习和可交互能力后，具备了走向现实的能力，未来它们将以具身智能或硅基人的形象出现在我们面前，彼时，虚拟场景走向真实空间才能发挥更大的价值。

总之，元宇宙在实际应用中具有广阔的发展前景，需要企业不断探索和创新。

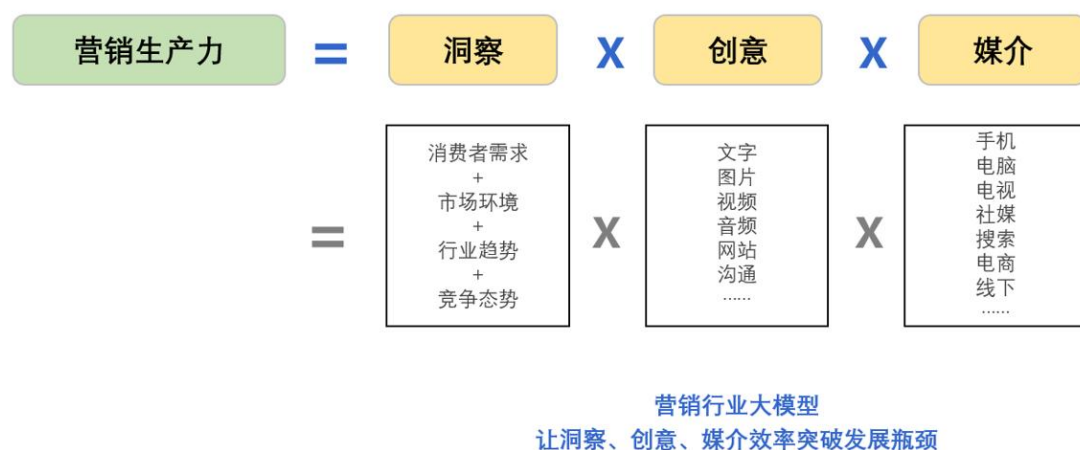
AIGC将带来营销生产力大爆发

3.5.1 AI商业应用现状

AI是2023年的新赛道，也是当年数字营销生态中最热，发展最快的赛道，其背后，是规模正在快速增长的中国市场的生成式AI商业应用行业，根据中关村大数据产业联盟发布的《**中国AI数字商业展望2021-2025**》报告，预期到2025年，中国生成式AI商业应用规模将达到2070亿元，未来五年的年均增速将达到84%。

当前，中国市场中头部互联网企业均在积极建设AIGC产品，以寻求增长空间。包括腾讯的混元大模型、阿里的通义千问大模型、百度的文心一言、字节跳动的DA Transformer、科大讯飞的星火大模型等。人工智能正在重塑营销行业的生产力和生产关系。营销生产力由三个要素决定：**洞察能力、创意能力、媒体效能**。其中媒体相关技术在过往20年得到快速充分发展，媒体的效能不断提升，但洞察能力和创意能力，仍主要依赖于人力完成。

今天营销行业的AI大模型，打破了数据洞察和创意生产的发展瓶颈，可以十倍，甚至百倍地提升生产能力和效率。可以断言，AI将带来营销生产力的大爆发。



可以说，在新的生产关系中，**所有的营销工作流程和工作任务，都值得用AI再做一遍**，包括不限于：营销洞察的流程和方法、营销内容的生产模式、媒介平台服务客户、沟通客户的方式等。

AI的营销创造力实证

3.5.1 AI商业应用现状

2023年复旦大学管理学院与秒针营销科学院开展AI实证研究，聚焦于对AI营销创造力进行测评，并且从需求侧探究消费者对AIGC的认知与反应，分析在社交媒体内容中，广告文案的不同创作主体为“AI vs. 人类”时，是否会导致消费者差异化的响应。

对于AI的营销创造力水平（文案撰写）的评估实验，研究主要结论如下：

1. 在文案作者身份上，专家能够识别人工智能和人类，而消费者无法区分。
2. 人工智能的文案创作能力等同人类经验年限为2.47年，与人类存在1.36年差距。

在文案专业能力上，人类得分显著高于人工智能，特别是在创造性和洞察能力上。

对于消费者对AIGC内容的认知和反应的实证研究，主要结论如下：

1. 消费者无法分辨文案创作主体是AI还是人类，消费者对AI生成的文案质量评价与人类文案无显著差异。
2. AIGC文案所推荐的产品是低介入、搜寻型产品时，会获得更为积极的消费者互动响应（点赞、评论、转发）。
3. 当提示消费者广告文案创作主体为AI，或一旦消费者自认为文案出自AI之手时，其对AIGC推荐产品的态度，和对企业发布的AIGC的互动意愿会显著降低，表现出了强烈的算法厌恶倾向。

当提示消费者广告文案的创作主体是“人机协同”（ChatGPT & 人类）时，消费者的算法厌恶倾向消失，他们会认为由人类和AI共同创作的广告文案内容更可信，并表现出更积极的互动意愿（点赞、评论和转发）。同时，由AI和人类共同创作广告文案的方式，也会让消费者认为广告中涉及的品牌更具有创新意识和效率意识。

实证研究对营销的启示是，一方面品牌要积极使用AI创作内容，实现降本增效，另一方面，在AIGC的内容推给消费者时，采用“人机协同”共创的传播口径，以消除消费者对AI内容的“算法厌恶”。

AI的营销创造力实证

3.5.3 AI+营销六大领域实践

AI在营销的广告、社媒、内容、电商、洞察分析、产品创新的各个领域中，都已经有了很多的应用探索和成功案例，本文只例举少量案例。

AI+内容 应用案例：可口可乐 2023年3月《Masterpiece》创意广告

案例介绍：此广告制作使用AStable Diffusion，实拍、3D制作和AI绘画共同完成。将美术名画作品和现实融合，表现一座虚构的美术馆中，馆藏艺术品们正在商议如何为疲倦的学生送上「灵感之水」——冰凉沁爽的可口可乐。实景拍摄、数字特效及AI技术结合，让一幅幅风格各异名画变得栩栩如生，向大众传递了可口可乐跨越时间、地域和文化，多元又极具创造力的“Real Magic”品牌精神。

AI+广告 应用案例：微软、谷歌在生成式AI中引入广告

案例介绍：2023年3月29日，微软公司表示“正尝试在Bing聊天中插入广告；2023年4月20日，英国金融时报报道，谷歌在未来将把生成式AI引入其广告业务，目前谷歌已经在广告业务中使用AI创建简单提示（Prompts）鼓励用户购买产品。

AI+社媒 应用案例：人民网人民审校” V3.0 版

案例介绍：人民网依托传播内容认知全国重点实验室的技术优势，强化内容科技创新应用，将深度学习智能语义分析技术应用于数据库，该项目入选2022年度“王选新闻科学技术奖”推荐案例；研制新一代涉政智能风控平台“智晓助”，推出“人民审校” V3.0 版，应用于数据分析、智能查询、舆情监测和舆论引导等，帮企业防范风险。

可预见的流量洼地

3.6.1 AI搜索和智能终端

随着大模型技术的出现，营销领域出现了一个新词“流量角杀”。它出现的背景，是当前的流量主要由几大平台控制，无论是甲方、乙方还是个人，想通过内容获得流量的难度已经越来越高，大家只能在平台的规则下，通过付费的方式获得流量。但新的流量机会已经出现，例如百度、微软、Google等都借助大模型技术创造新的搜索入口，这些智能AI对话入口，可能成为新的流量风口。

当新的内容或信息搜索习惯发生变化时，重新构建的AI搜索等入口可能会成为新的流量热点。另一方面，微软7月份推出的智能助手，当人人都有智能助手时，智能终端就会成为智能对话的入口，这也会创造新的流量机会。

3.6.2 视频号和B站

微信视频号虽然发展时间不长，但具有天然的社交裂变属性，未来可能会成为新的流量入口。当大量的视频内容被智能化生产出来后，视频号可能成为重要的流量来源。B站等年轻人聚集的平台，目前商业化尚处于起步阶段，未来有更多的机会和可能性。

3.6.3 出海

出海是今年以来的热点话题，3C、鞋服等之外，中国已经成为全球汽车出口第一大国，海外已经是中国汽车品牌下一个主战场。出海没有品类限制，从消费品到互联网，供应链到文化，国内成熟的模式都可以到海外规模化复制。

可预见的流量洼地

3.6.4 企业共建模型、撞库

一个企业可能有几十万的用户，如果希望新增用户，让私域的数据价值流动起来，可以跨界和另一方进行流动和碰撞。目前隐私计算技术已经能支持企业共建模型、撞库，保证数据可用不可见。很多政府的大数据中心也在引导企业之间的合作，特别是在数据比较成熟的金融体系内。

3.6.4 短剧

作为介于短视频和长剧之间的内容题材，短剧因为能满足受众简单轻松的情绪需求、填补碎片化休息时间、快节奏的直给剧情，培育了一定的内容消费市场，短时间内是个洼地。

除此之外，一些更加细分、垂直、专业的平台，仍是特定消费人群和特定品牌方聚焦流量、目标消费群体的渠道。

本章节特别感谢以下5位专家分享行业洞察（排名不分先后）：

迪思传媒集团副总裁 江忠锋

深演智能合伙人兼产品商业化负责人 王凯航

元钛科技CEO 李国强

久其数字CEO 邓晨

蚂蚁集团数字科技事业群文化传媒业务总经理 熊漪



附录一. 生态赛道分类设置

一级大类	二级赛道	三级赛道	企业数
服务和管理	代理服务	全案代理	156
		媒介代理	82
		创意代理	81
		公关代理	34
	代理服务 汇总		353
	数字营销服务	数字营销咨询	76
		数字营销媒体	67
		供应商评估	6
		数字营销教育	5
		数字营销投资	5
	数字营销服务 汇总		159
	程序化服务	需求方代理平台 (DSP)	30
		供应平台&广告联盟	23
		广告交易平台 (Exchar)	21
		程序化内容供应商	10
		Servino 投放服务供应	10
	程序化服务 汇总		94
服务和管理 汇总			606

一级大类	二级赛道	三级赛道	企业数
数据和运营工具	数据分析	营销效果分析	39
		数据分析工具	38
		市场调研	23
		广告监测	20
		商业智能	19
		营销人工智能	15
		知识图谱	7
		广告验证	4
	数据分析 汇总		165
	AI营销	AI内容生成	51
		AI大型工具	28
		AI洞察	12
		AI客服	11
		AI助手	10
	AI营销 汇总	AI问答	9
		AI投放	8
		AI营销 汇总	
	第三方业务相关数据	数据服务供应商	32
		数据技术公司	17
		数据管理平台DMP	16
		数据交易平台	5
		数据交易	5
	第三方业务相关数据 汇总		70
	第一方业务相关数据	CDP	23
		业务运营数据	17
		SCRM	14
		CRM	14
		CRM	14
	第一方业务相关数据 汇总		68
	第三方工具	A/B测试	7
		站点分析	6
		调研工具	6
		体验管理	5
体验管理		5	
第三方工具 汇总		24	
第二方业务相关数据	社交媒体数据	11	
	电商数据	7	
	其他媒体数据	7	
	其他媒体数据	7	
	其他媒体数据	7	
第二方业务相关数据 汇总		22	
数据安全	数据治理	10	
	数据湖	6	
	数据安全	5	
	数据安全	5	
	数据安全	5	
数据安全 汇总		21	
数据和运营工具 汇总			489

一级大类	二级赛道	三级赛道	企业数
触点和内容	内容营销	品牌生产内容	107
		专业&用户生产内容	28
		娱乐营销	26
		内容创意AI	18
		第三方创意	17
		内容衍生定制	10
		游戏营销	8
		内容管理工具	6
		体育营销	6
		明星和知识产权生产	4
		动态创意优化	3
	内容营销 汇总		233
	社媒营销	社媒运营	65
		MCN	30
		社文洞察	18
		短视频营销	16
		内容社区	11
	社媒营销 汇总	互动媒体分享	10
		即时通讯&社交网络平	9
		用户点评	5
	社媒营销 汇总		161
	电商营销	直播电商	33
		电商广告营销	21
		电商运营	18
		综合电商	17
		内容电商	17
		电商分析	8
		电商出海	8
		小程序电商	6
		金融电商	6
		店铺管理	5
		生鲜电商	5
		数字钱包	5
		私域电商	4
	电商营销 汇总	团拼购	3
		零售营销	3
		零售营销	3
	电商营销 汇总		158
	数字触点	短视频	40
		视频	30
		垂直媒体	15
		智能户外	13
		信息流	12
		应用工具	10
		融媒体	10
		综合资讯	8
		本地生活	8
		物联网营销	6
		音频	2
	数字触点 汇总		154
	元宇宙营销	数字人	34
		虚拟空间	28
		数字藏品	23
		沉浸式体验技术	15
		沉浸式体验技术	15
	元宇宙营销 汇总		100
	私域营销	私域运营	49
		品牌自有小程序&H5&	13
		私域营销咨询	8
		智能客服	5
		智能客服	5
	私域营销 汇总		78
	直销营销	营销自动化	21
		会议营销	5
		电子邮件营销	5
		电话营销	4
		地理位置营销	4
		短信营销	4
		目标客户营销	3
	直销营销 汇总		46
	智能硬件营销	智能大屏 (OTT)	25
		智能终端	19
		智能终端	19
		智能终端	19
		智能终端	19
	智能硬件营销 汇总		44
	搜索营销	搜索引擎营销	23
		平台站内搜索引擎	4
		平台站内搜索引擎	4
		平台站内搜索引擎	4
		平台站内搜索引擎	4
	搜索营销 汇总		27
触点和内容 汇总			998

附录二. 生态赛道分类说明

(1) 服务和管理

a.代理服务

相当于广告主的外部管家，为广告主提供从预算管理、营销策略制定到营销执行的端到端服务。

具体赛道	描述
媒介代理Media Agency	即俗称的广告公司或Agency，负责广告主的策略、创意、执行、品牌、效果、商务等端到端的服务，往往来自传统4A级Agency，对于传统的广告、营销和创意有深刻理解。比较著名的有WPP、阳狮、蓝标等
创意代理Creative Agency	为广告主提供内容策略、采买、管理、分发等一站式服务
公关代理Public Relation Agency	指专门为品牌与广告主提供公共关系咨询或受理委托为客户开展公共关系活动，业务主要涉及人际关系、公共传播、传播管理、组织行为、市场营销等诸多领域
全案代理Whole Design Agency	指能做全案的综合性品牌代理公司，也称作整合营销传播公司、整合营销策划公司。帮助企业客户对市场整体布局与规划，对品牌的顶层设计与架构，关乎企业全年要做什么的具体举措与安排

b.程序化服务

数字广告的采购模式有很多种，其中通过广告技术（AdTech）来连接广告主-中间商-数字媒介的模式被称为程序化交易。交易模式分为公开竞价（Open Bidding）和私有竞价（PD/PDB）两大类。在整个交易过程中，多个角色在毫秒级完成了数据交互和技术对接。

具体赛道	描述
供应方平台+广告联盟	在媒体侧，供应方平台帮助一个或者多个媒体进行广告位管理，及（可通过公开竞价模式）进行资源售卖的系统。而广告联盟则将大量无法直接面对大型广告主进行售卖的长尾流量，进行集中采购后，统一销售给广告主
广告交易平台	公开竞价模式下，多个广告主为了给同一个消费者的广告展示机会进行竞价的平台
程序化内容 Programmatic Content	对于需要生产的内容，只需给出大局上的方向指导，并由算法半自动或全自动地生产符合要求的营销内容
需求方代理平台	DSP是一个系统，也是一种在线广告平台。它服务于广告主，帮助广告主在互联网或者移动互联网上进行广告投放，DSP可以使广告主更简单便捷地遵循统一的竞价和反馈方式
Serving投放服务 供应商Ad Serving	基于程序化技术手段进行广告投放和管理的自动化和智能化平台。广告主自主采买媒介资源，利用算法和技术自动实现目标受众的精准定向，全流程透明化交易，广告主拥有掌控权，实现人和流量效率双提升的智能营销

c.数字营销服务

数字营销中存在多个低频使用的专业领域，广告主无法雇佣全职人员去负责，因此需要第三方的专业服务。

具体赛道	描述
数字营销媒体Digital Marketing Media	指进行数字营销领域案例整理和传播，方法论分析和推广的媒体，国内比较出名的包括虎啸传媒等
供应商评估Vendor Estimation	在国外，有几家研究公司作为第三方中立机构，通过收集广告主的反馈对数字营销供应商进行评估，著名的包括Gartner、CEB、R3、Forrester等，标准产出物中最著名的是Gartner魔力象限图（Magic Quadrant）、Forrester wave等。国内尚未有行业公认的机构和标准产出物
数字营销教育Digital Marketing Education	从事数字营销人才培养的教育机构国内出名的包括达内淘宝大学等。但是当前培训的更多是操作人员的工具技能，缺乏针对没有技术背景营销人的业务侧系统培训，传统的大学体系中也缺乏专业的数字营销课程
数字营销咨询Digital Marketing Consulting	基于咨询方法制定有助于促进品牌及广告主的在线业务的数字战略。提供数字营销顾问团队帮助企业完成数字化的转型
数字营销投资Digital Marketing Investment	对数字营销的初创企业进行投资的资本方，有趣的是，目前大量投资来自BATT四家互联网巨头，几乎成体量的数字媒介或营销技术公司背后都有BATT的投资

(2) 数据和工具

a.AI营销

从2022年底chat gpt发布开始，全球就掀起了AI的技术浪潮，中国的数字营销市场也不例外，AI作为今年的新增赛道，也毫不意外的成为关注焦点，首年就吸引了129个企业提报。

AI营销指通过AI的工具和方式帮助营销提升效率，在此下之，我们根据市场中AI的应用情况，设置了7个三级子赛道：AI内容生成、AI大模型工具、AI洞察、AI客服、AI助手、AI问答、AI投放。

具体赛道	描述
AI内容生成	AI可以通过自然语言处理和机器学习技术，给定的主题和关键词和要求，以及分析大量的数据，从而了解用户的兴趣和需求，自动生成高质量的营销内容，例如文字，图片，视频等内容，提高营销中的内容生产效率。生成内容可用于广告文案，创意，短视频，电商等多个领域。
AI大模型工具	AI可以通过大模型工具实现大规模数据处理和分析。例如，GPT-4，文心一言等大型语言模型可以处理海量文本数据，帮助企业进行文本挖掘、情感分析、趋势预测等工作。
AI洞察	AI可以根据给定的数据，信息，或网页等输入，自动分析数据和信息，为营销团队提供分析结果。洞察可用于消费者数据分析，社媒舆情分析，广告数据分析，电商分析等多领域
AI客服	AI可以通过自然语言处理和机器学习技术，提供7X24小时在线客服支持，解决客户问题，提高客户满意度。
AI助手	AI可以通过自然语言处理和机器学习技术，实现智能助手服务。用户可以通过语音或文字输入指令，AI可以迅速执行指令，从而提高工作效率和生活便利性。
AI问答	AI在交互和问答场景中，可以根据输入的内容和问题，自动搜索信息，给出答案。这种问答不但可以是一对一的，也可以是多轮的。
AI投放	AI通过分析用户行为、兴趣和偏好，为广告主提供精确的目标受众定位。实时调整投放策略，优化营销投放的效果，降低投放成本。

b.第一方业务相关数据

第一方数据也被称为广告主自有数据，指的是在广告主自有平台上，生产的对于广告主自身可控的数据，包括了已经购买商品的用户数据，参加了会员体系的会员数据（不一定是已经购买商品的用户），在线下门店通过技术收集的数据，以及在企业业务运营过程当中产生的数据。

第一方数据对于广告主来说是最合规，但也是成本最高的数据源，在《中华人民共和国个人信息保护法》已经正式生效实行，第三方数据越来越难以合法获取的今天，各大广告主都在加大对第一方数据领域的重视程度以及投资力度。

具体赛道	描述
客户关系管理CRM	品牌经营的重点就在于经营会员，透过会员的优惠设计，吸引来店的客人加入会员，留下资料，并透过会员制度设计（Loyalty Prgram），像是消费累积升、积分累积等，来吸引会员回购。而这些都是由CRM来管理会员资料、运算会员权益并管理会员沟通等会员经营的机制
社交客户关系管理SCRM	SCRM借由社交化工具，实现对用户的个性化沟通。相较于CRM，更强调社交性和互动性（Social Engagement），是面向用户的企业营销体系的延伸。SCRM将每一个与客户接触的点，作为一次与客户沟通的机会和了解客户的途径，并在社交互动中，持续收集管理客户数据
客户数据中台CDP	客户数据中台(CDP)专用于收集和统一多个来源的一方客户数据，可为每一个客户构建一个一致、全面的统一视图，帮助品牌方分析、跟踪和管理客户互动。与此同时，CDP是可供多部门访问的数据平台，让企业各个部门都可以轻松使用
业务运营数据Business Data	品牌在经营业务的过程中会持续沉淀大量业务相关数据，这些一方业务数据不一定和用户、消费者有直接联系，但经过数据的收集整理后，对营销业务的展开可提供高价值辅助决策作用

(2) 数据和工具

c. 第三方业务相关数据

第三方数据指的是发生在外部平台，但所有权是广告主的数据。通过外部平台的用户隐私协议，广告主可以合规地收集到消费者的清单级数据，今天国内的第三方数据主要来自电商和社交平台，广告主可以从这些平台获得的数据类型，取决于该平台的技术能力和开放程度。

具体赛道	描述
社交媒体数据	社交媒体给广告主提供的是广告主自有账号下的粉丝数据，以微信为例，包括了粉丝的ID、基本属性以及各种行为数据
电商数据	电商平台给广告主提供的数据主要是销售数据，包括消费者邮寄的姓名、地址、联系电话、购买商品品类等
其他媒体数据	随着数字化进程发展，许多媒体都能依据自身优势为广告主提供数据，例如：资讯媒体为网服类的广告主提供转化数据，垂直媒体（汽车、母婴）等为广告主提供线索数据等

d.第三方业务相关数据

具体赛道	描述
数据管理平台DMP	DMP是把分散的第一、第二和第三方数据进行整合纳入的一种统一的技术平台，支持多方匿名脱敏数据的收集和管理，对这些数据进行标准化和细分，让用户可以把这些细分结果应用现有的互动渠道环境里，为广告投放提供人群包，特别是程序化投放，一般对接多家的DSP、PDB、Ad Server以获得更好的营销效果
数据服务供应商Data Provider	在法律法规的限定范围内，为广告主直接提供数据服务的供应商
数据交易平台Data Exchange	独立的第三方数据交易平台，对比类似单一卖家的“数据供应商”，数据交易平台更像是一个大集市，无论是广告主、互联网公司还是数据供应商等，都可以通过数据加密等技术交换数据，数据供方（卖家）和数据需方（买方）的边界线并不清晰，得到数据服务的同时，也存在提供数据服务的形式，数据交换的过程同样需要符合数据合规的要求。数据交易平台在国外相当常见，在国内主要通过大数据交易中心实现
数据技术服务商Data Tech. Provider	提供与营销技术相的数据技术服务商，譬如隐私计算，联邦学习，区块链等

e.数据分析

具体赛道	描述
广告监测Ad Measurement	作为第三方，帮助广告主和媒体按照约定的效果指数进行结算，同时按照行业标准参数对广告效果进行评估
广告验证Ad Verification	作为第三方，对广告展示、流量真实性进行定量评估，以及保证广告投放中广告主的品牌安全
数据分析工具Analytics Tool	数据分析的基础统计学工具，过去数据分析师在分析过程中需要撰写大量代码，并且对统计学知识有很高的要求，今天的分析工具已经进化到通过简单的按键+少量代码就能实现，大大降低了数据分析的难度，这些工具包括了SAS、SPSS、R、Python、Matlab等
商业智能Business Intelligence	将庞大的底层，抽象简化成可视化的图表后展示给营销人员，著名工具包括Tableau、IBM Cognos、Power BI、Qlikview等
市场研究Marketing Research	由于大数据本身高昂的成本和局限性，并非所有营销问题都能通过大数据分析来解答。市场研究就是利用传统调研和案头分析的形式，利用小数据对营销和商业问题进行快速解答，例如竞品研究、产品定价等
营销效果分析Performance Measurement	对营销活动进行定性和定量评估，帮助广告主通过比指标、比过去、比行业三个维度来评定营销效果，著名的算法场景包括归因分析（MMO, Marketing Mix Optimization）多触点归因（MTA, Multi Touch Attribution）和媒介计划（Media Planning）等
营销人工智能Marketing AI	随着机器学习、知识图谱等技术的成熟和新应用场景的挖掘，今天人工智能已经渗透入数据科学家每天的工作中。需要强调的是，人工智能并不能完全替代今天的分析师，它的作用更多是让数据分析更加高效和自动化地完成，处理的是分析过程中标准化的“体力活”，分析结果的输出仍然高度依靠分析师的个人经验
知识图谱Knowledge Graph	最近兴起的人工智能新方式，区别于传统的关系型数据库分析，更多是用图数据库形式表达各种因素之间的关联关系，帮助广告主找到各种“果”背后的“因”。由于表现形式简单易懂，适合没有统计学背景的业务人员进行快速探索式洞察

f.数据安全

具体赛道	描述
数据治理Data Governance	被采集的数据往往是“脏数据”，在使用前还需要进行治理，其中包括了标准化、ID打通和异常数据剔除三道工序，这是数据能力中最大的隐性技术和成本壁垒
数据湖Data Lake	最重的营销数据中台模式，整合所有广告主和营销相关的数据、PII和运营数据，在广告主内部的定位往往不只是支撑营销，也是作为企业业务层面数字化转型的重器
数据合规Data Compliance	数据合规是审核个人数据在被广告主收集和使用过程当中是不是符合当地的法律，更多是为了保护消费者作为公民本身的隐私权，以及个人数据在使用过程当中的公开透明与合规性。国内现存的法律法规包括《网络安全法》、《个人信息保护法》、国标GB/T35273等，这些法律法规的有效解读和理解需要专业的供应商

g.第三方工具

具体赛道	描述
站点分析Tracking & Analytics	通过埋码技术，收集消费者在自有渠道站点的行为与交互数据，广泛应用于常规网站、APP、小程序、H5等各种品牌主自有触点
A/B测试A/B Testing	当能通过多种信息传递方式触达同一类型消费者时，可通过小样本测试消费者对不同内容和接触策略的接受度，找到最优的传播策略。A/B Testing往往会和动态内容/页面、电子邮件营销等结合使用
归因工具Attribution Analysis	归因分析要解决的问题就是广告效果的产生，其功劳应该如何合理的分配给哪些渠道。譬如：哪些营销渠道促成了销售？他们的贡献率分别是多少？而这些贡献的背后，是源自于怎样的用户行为路径而产生的？广告主会使用归因分析工具得到结论，以便在后期选择转化率更高的渠道组合
体验管理Customer Experience Management	品牌与客户体验管理以提高客户整体体验为出发点，注重与客户的每一次接触通过协调整合售前、售中和售后等各个阶段，各种客户接触点，或接触渠道，有目的地，无缝隙地为客户传递目标信息，创造匹配品牌承诺的正面感觉，以实现良性互动，进而创造差异化的客户体验，实现客户的忠诚，强化感知价值最终增加企业收入与资产价值

(3) 触点和内容

a.私域营销

具体赛道	描述
私域营销咨询 Private Domain Consulting	指为品牌广告主提供私域营销咨询服务的公司，不参与品牌私域的直接运营
私域运营Private Domain Operation	为品牌广告主提供私域营销具体运营服务（代运营）的公司，直接参与品牌运营，当前私域代运营主要指基于企业微信的社群私域运营
品牌自有小程序&H5&APP&网站 Brand Owned Mini Program&H5&APP&Website	私域不等于微信或企微，是一种品牌经营状态，品牌商家对于渠道有更强的控制力，它更多代表着品牌自控、自营、自主管理的生意模式。基于这样的定义与认知，品牌方与广告主有强烈动力去打造属于自己的活动与运营阵地，主要形式便是小程序、H5、App、网站等，这些数字触点的构建主要由服务商来完成
智能客服Smart Customer Service	智能客服基于深度学习及NLP技术能让大部分简单的客服问题得以快速自助解决，让复杂问题有机会被人工高效解决。主要提供问题推荐、问题理解、对话管理、答案供给、话术推荐和会话摘要等能力。另外，智能外呼也是面向企业客户提供的智能客服机器人产品分类，可根据业务场景，自动发起机器人电话外呼任务

b.内容营销

具体赛道	描述
品牌生产内容 BGC/GGC	包括专业创意公司（大型），创意热店（小型）或者广告主inhouse团队，为广告主/政府生产专业内容
明星和知识产权生产 内容IP	由独立的知识产品拥有者提供的内容，例如迪士尼、漫威等
第三方创意3rd Party Creative	内容收集中间商，预先大量采集内容后，统一管理并向广告主售卖
专业/用户生产内容 PGC/PUGC/UGC	由MCN/KOL/KOC等机构和个人生产的内容，主要发布在社交媒体上
动态创意优化DCO, Dynamic Creative Optimization	通过整合文字、图片等元素，自动创作标准化内容的系统。例如旅行类网站，需要大量背景是旅行目的地的图片，并在上面标注目的地名字、价格和售卖数量，通过DCO，可批量自动生产类似的标准化格式的图片
内容创意AIAI for Creative	内容的自动识别、标签化、拆条、审核等，例如自动识别广告视频中的商品属性、品牌名、主演等信息
内容管理工具 CMS/CMP, Content Management System/Platform	帮助广告主管理、标签化和分发内容（图片、视频、文字等）的系统，也可以被认为是内容中台的雏形
内容衍生定制 Generative Content	捆绑IP内容，结合品牌信息的内容衍生定制，贴合IP观看场景进行定制化投放，最终助力品牌出圈
娱乐营销（内容） Entertainment Marketing	借助娱乐元素或内容，在产品与消费者间建立情感联系，从而达到宣传品牌及带动销售的目的
游戏营销（内容） Gaming Marketing	不同于传统广告的单向沟通，游戏营销的关键在于将品牌信息嵌入到游戏之中，与游戏内容高度融合，从而使消费者在游戏娱乐中与品牌自然互动，实现更紧密的品牌联系
体育营销(Sports Marketing)	以体育活动为载体来推广自己的产品和品牌的一种市场营销活动，是市场营销的一种手段。包括两个层面一是指将体育本身作为产品营销。另一种是指运用营销学原理，以体育赛事为载体而进行的非体育产品的推广和品牌传播等营销现象。在数字时代，体育赛事或体育活动离不开数字渠道及互联网媒体的传播，同时也涌现了许多以体育为核心的专业媒体和达人。因此品牌通过数字化的方式开展体育营销的行动也越来越普遍。

c.社媒营销

具体赛道	描述
互动媒体分享 Interactive Media Content Sharing	这一类平台及应用允许用户分享照片、短视频、甚至直播等多媒体内容，它们具备各种独特的交互能力。在这类平台中，好的内容和故事可让品牌及广告主与他们的关注者产生良好的化学反应和市场营销效果
用户点评User Review	在传统世界里，用户的声​​音支离破碎，用户点评类社交平台提供了一个集中反映用户声音的平台。第三方点评/评论网站最大的特点是“评论”，是以用户评论为基础来实现指导，这其实非常符合人们的生活习惯，在生活中一般有事情还是希望听听别人的意见，尤其是其他用户的看法很大程度上决定了自己的看法
内容社区 Content Community	此类社交媒体平台用于分发、查找、共享和讨论不同类型的信息、观点和新闻。这些内容社区平台是专业人士、专家和爱好者就各个领域进行不同类型讨论和提问的地方。除了分享信息和了解答案外，这些平台在广告方面也非常有影响力，形成了独特的触点
即时通讯类社交网络 Social Network with IM	纯粹的即时通讯软件是透过网络进行实时通信的系统，允许两人或多人使用网络即时传递文字消息、文件、语音与视频交流。随着IM类应用的横向扩展，更多的社交触点及社交场景基于IM的底层能力生长出来并扎根于各个垂直领域
短视频营销 Short video Marketing	短视频营销赛道：旨在帮助企业 and 品牌利用短视频进行营销推广。服务包括视频制作、内容策划、传播渠道优化等多个方面，旨在为客户提供全方位的短视频营销解决方案，提高品牌曝光度和销量。
社交洞察 Social Insight	对社交媒体产生的数据进行分析，用于支持业务决策。常规的洞察方式包括舆情监测（Social Listening）、明星/KOL/KOC评估、公众号运营分析、消费者社交画像分析、竞品分析等
社媒运营 Social Media Operation	指为品牌方或广告主提供社交媒体平台运营服务。帮助品牌在社交平台上建立引人入胜的品牌形象，制作独特的内容来吸引社交受众，努力确保在所有数字平台上一致地传递品牌信息，最大限度地提高客户参与度和保持客户增长
MCN Multi-Channel Network	网红经济运作模式。它不仅是内容平台，更是达人与品牌客户之间的桥梁，能够很好地衔接各个平台、达人以及与品牌客户之间的合作关系

d.电商营销

具体赛道	描述
综合电商Integrated eCommerce	即传统货架式电商平台，包括淘宝、天猫、京东、苏宁等
生鲜电商Fresh eCommerce	针对生鲜这一特殊品类的电商模式，包括盒马、每日生鲜等
内容电商Content eCommerce	社交平台上的一种电商模式，通过KOL/KOC创作的内容引导消费者进行购买，如小红书
小程序电商Mini Program eCommerce	在微信中利用小程序嵌入的电商购买体系，百度，字节等平台也有小程序电商，有赞、微盟等第三方也提供小程序电商工具
私域电商Owned eCommerce	广告主在私域流量池（自建APP/网站、微信、抖音、快手等第三方平台）中自建的电商体系
会员电商Membership eCommerce	会员制电商平台只针对会员开放，会员需要交纳固定的年费，然后享受会员制电商平台的“平进平出”的优惠，比如云集、贝店等
团拼购Group eCommerce	如拼多多等团购，拼购平台
直播电商Live eCommerce	已存在超5年，2021年爆发的电商模式，根据直播的人和形式不同，可进一步细分为“创作者播”、“明星播”、“高管播”、“店铺自播”，“产地播”、“走播”等不同形式。作为电商形式已渗透到各种流量和电商平台

e.数字触点

数字广告主要指前链路的品牌数字广告（后链路效果类广告归在商业交易大类），和社交营销、搜索营销并称为“公域流量”。在所有数字营销预算中，数字广告占据了最大份额。

具体赛道	描述
视频Video	包括爱奇艺、腾讯视频、芒果TV和优酷四强牵头的在线视频（也被称为长视频），三大运营商和歌华为代表的IPTV/有线电视，以及影视大全、暴风等其他视频、音频四大类
短视频Short Video Media	抖音、快手为代表的竖版短视频+直播平台，由于流量和商业模式的特殊性，从在线视频中单独独立成类
融媒体Convergence Media	不同媒体之间相互交融、相互作用产生化学反应之后形成的新型媒体形态，是传统媒体和新兴媒体一体化融合发展后的结果。 当前主要包括传统媒体（电视台、报纸、杂志等）的数字化平台，例如央视频、芒果超媒等
综合资讯Integrated News	包括今日头条、腾讯新闻、网易、新浪等新闻类门户
应用工具Application Tool Media	指用户使用的终端中（手机、Pad、电脑）安装的大量工具类软件，这些软件也可以结合场景为广告主提供数字广告服务，例如天气类应用，适合出行类广告主投放，摄影美化类应用适合美妆类广告主
物联网营销IOT Marketing	在智能家居、可穿戴设备、车联网等物联网终端或形式上进行广告推送，目前国内尚属创新领域

e.数字触点

具体赛道	描述
垂直媒体 Vertical Media	汽车、IT/3C、体育运动、母婴亲子、家装家饰、女性奢侈、金融、旅游出行和医疗九大垂直需求领域的媒介
本地生活 Location based Media	包含饿了么、美团、点评、滴滴等和地理位置强关联的APP，适合食品饮料、餐饮、服务业、出行等类别的广告主
智能户外 Digital OOH	和传统户外广告仅能展示静态图片不同，今天的电梯屏幕、自助售卖机屏幕、自助POS屏幕等已经联网并支持在线更新内容。透过这些线下数字大屏，品牌及广告方得以通过视频、幻灯片、数字海报甚至互动内容的形式来进行品牌宣传与营销，还支持广告主根据线下覆盖范围内的消费者画像定向推送内容
信息流（广告） Native Advertising	信息流广告是位于社交媒体用户的好友动态或者资讯媒体和视听媒体内容流中的广告。信息流广告的形式有图片、图文、视频等，特点是算法推荐、原生体验，可以通过标签进行定向投放，根据自己的需求选择推曝光、落地页或应用下载等
音频 Audio/Podcast	包括腾讯音乐、酷狗、喜马拉雅等为代表的在线音频

f.元宇宙营销

元宇宙（Metaverse）是一个虚拟现实空间，用户可在其中与科技手段生成的环境和其他人交流和互动。元宇宙概念包括用户身份及关系（虚拟身份与社交）、沉浸感（VR、AR、XR等技术）、实时性和全时性（5G、物联网、云计算）、多元化和经济体系（可交易的数字货币、数字藏品）等基本构成要素。

元宇宙是在传统网络空间基础上，伴随多种数字技术成熟度的提升，构建形成的既映射于、又独立于现实世界的虚拟世界。同时，元宇宙并非一个简单的虚拟空间，而是把网络、硬件终端和用户囊括进一个永续的、广覆盖的虚拟现实系统之中，系统中既有现实世界的数字化复制物，也有虚拟世界的创造物。

具体赛道	描述
数字人Digital Human	数字人（虚拟人）的目标是通过计算机图形学技术创造出与人类形象接近的数字化形象，并赋予其特定的人物身份设定，在视觉上拉近和人的心理距离，为人类带来更加真实的情感互动。其应用领域多元，主力文娱及服务行业。在多重技术日渐成熟的的基础下，其落地场景日渐丰富，在社交、游戏、办公等场景实现了真实人类虚拟化身的身份职能，并逐渐于直播电商、偶像造星、陪伴服务等AI虚拟数字人领域实现商业变现
数字藏品Non-fungible Token	数字藏品是一个面向C端用户，且用户有直接付费意愿的区块链原生场景。作为数字经济与元宇宙发展的产物，数字藏品是具有收藏价值和现实资产属性的数字资产。数字藏品是元宇宙的必然要素，元宇宙也促进了数字藏品的快速发展
虚拟空间Virtual Space	虚拟空间是元宇宙世界中的核心要素，用户通过开放的虚拟空间进行互动与社交
沉浸式体验技术AR/VR/MR/XR	元宇宙主要探讨一个持久化和去中心化的在线三维虚拟环境。此虚拟环境可通过VR/AR眼镜、手机、个人电脑和电子游戏机进入人造的虚拟世界。增强现实（AR）、虚拟现实（VR）、混合现实（MR）、扩展现实（XR）等技术都是元宇宙的界面/接口，帮助用户连接元宇宙的虚拟空间

g.直销营销

也被称为CRM营销，是基于广告主自有数据和触点的营销方式，虽然触点方式相对传统，客户沟通成本远高于数字广告，缺乏实时性，但优点是承载的内容更多，沟通形式更直接，容易形成双向互动，广告主也能积累到自己的数据资产。

具体赛道	描述
营销自动化 Marketing Automation	和数字广告中的Ad Serving类似，是广告主私有的资源配置器，帮助广告主整合数据、内容和触点资源，根据客户画像配置最佳内容和触点策略
地理位置营销 Location-Based Marketing	基于广告主自身能收集到带经纬度数据，或利用第三方带经纬度的数据（例如电信运营商，电子地图服务商等），结合消费者地理定位进行精准营销，多用于零售行业
电子邮件营销 EDM Marketing	指电子邮件和直邮，是相对传统的营销方式
短信营销SMS Marketing	利用短信向消费者发送内容。受限于国内合规政策，目前有很大局限性，仅能用于消费者服务用途，细节可参阅2015年工信部颁布的《通信短信息服务管理规定》
电话营销 Telemarketing	利用电话向消费者进行营销，同样受限于国内合规政策，可用的执行方式非常有限
会议营销Event Marketing	指线下向消费者传递信息，包括B2B行业的各类客户会议，以及2C领域的车展、流动销售摊位等形式。今天的线下会议已经能实现自动签到、注册管理等数字化
目标客户营销 Account-Based Marketing	B2B行业特殊的营销方式，针对访问广告主官网、APP等自有平台的匿名客户，通过IP地址获取所在企业真实信息，根据访问路径预判可能需求，进行针对性营销

h. 搜索营销

[illegible]

具体赛道	描述
搜索引擎营销 SEM/SEO	SEM指竞价推广，在搜索引擎后台账户投钱，使广告获取相关的排名。通用的理解其实就是广告商在搜索引擎平台（百度、谷歌、搜狗、360等）上投钱，展现广告，吸引客户的关注、点击，带来流量。SEO是一种技术手段，对网站进行有针对性的优化，提高网站在搜索引擎中的自然排名，吸引更多的用户访问网站，提高网站的访问量
平台站内搜索 营销 SEM/SEO inside Platform	这里平台/生态内SEM、SEO的整体技术侧逻辑与广域互联网SEM、SEO类似，但完全聚焦于平台、生态内的产品推荐与内容关联。譬如淘宝的直通车、京东的快车等站内搜索类营销工具

i.智能硬件营销

智能硬件营销是今年调整的赛道，原为三级赛道，考虑到智能硬件发展的日趋成熟，今年修正为二级赛道，包括有智能终端、智能大屏两个赛道。随着IOT物联网的发展，消费者的生活和家庭场景中开始出现越来越多的智能硬件设备，这些设备一方面使用者持续增长，另一方面其变现方式也很多样，其中，广告商业化是重要的途径，在电视和手机之外，家电，音箱等智能硬件也正逐渐成为数字营销的载体和工具。

具体赛道	描述
智能终端Smart Device Media	用户如今每天使用手机的平均时长已超过8小时，以前智能手机只作为信息传递的渠道存在，更多用于承载媒体，如今华为、小米、OPPO等厂商已经开启通过数字广告进行商业化的路径，并且开发了负一屏、智能短信等独特的流量形式。此外，智能音箱，智能家电等终端设备，也已经具备承载广告的能力和条件。
智能大屏OTT	通过智能电视、智能机顶盒、智能电视应用APK等形式，在电视屏上展示广告的触点。由于广告形式（各种视频贴片、开机广告等）和基于PC/Mobile的数字媒体有很大不同，因此单独分类。

中国数字营销生态图

2023版公司列表

服务和管 理

代理服务

媒介代理

元钛（福建）数字科技股份有限公司
广州钛动科技股份有限公司
英格玛
杭州奈斯互联科技有限公司
河南日辰集团
湖南社记文化传媒有限公司
IDEAinside艾迪因赛
蓝瀚互动-鲁班跨境通
广州阿海德数字科技有限公司
青岛传旗力量文化传播有限公司
北京一多奇思信息科技有限公司
凯丽隆（上海）软件信息科技有限公司
上海新榜信息技术股份有限公司
北京壹通佳悦科技有限公司
北京聚科技有限公司
上海有门市场营销策划有限公司
广州友友传媒科技有限公司
雅仕维传媒集团有限公司
致维科技(北京)有限公司
北京亿万无线信息技术有限公司
海嘉传媒
上海优屏文化传媒有限公司
时趣互动（北京）科技有限公司
麦道传媒股份有限公司
上海智子信息科技股份有限公司
江苏智酷传媒有限公司
上海信业信息科技有限公司
亿动广告传媒

美洋数字传播有限公司
上海商舟广告传媒有限公司
上海众引文化传播股份有限公司
飞博共创
北京烁野信息技术有限公司
北京般芸聚合科技有限公司
楼氏(深圳)文化传媒集团有限公司
广州天泓文化传媒投资有限公司
北京微播易科技股份有限公司
上海悦普广告集团股份有限公司
QM谦玛
久其数字传播有限公司
北京浩逸文化传媒有限公司
北京新意互动数字技术有限公司
北京美通互动数字科技股份有限公司
佩利安数字科技（北京）有限公司
上海黑芒营销策划有限公司
北京明亮的星文化传媒有限公司
河北树蝉文化传媒有限公司
上海前景传媒股份有限公司
北京维卓网络科技有限公司
思美传媒股份有限公司
华铁传媒集团有限公司
爱奇艺体育
武汉卓尔数字传媒科技有限公司
北京沃姆互动行销策划有限公司
武汉微思敦网络技术有限公司
上海旺脉信息科技集团有限公司

盟博广告(上海)有限公司
北京本邦科技股份有限公司
盛天网络
上海安瑞信杰数字科技有限公司
广州聚友力广告有限公司
江西省懿世文化传媒有限公司
广州思进文化传播有限公司
成都奇林智媒文化传播有限公司
百孚思
群邑
派瑞威行
河南华禾传媒集团有限公司
上海有料广告有限公司
广西麦捷广告传媒有限公司
美琦客
浙文互联
北京小蜻蜓智能
蓝色星合
思恩客
杭州奥赞网络科技有限公司
微盟
32亿创意传播
获得文化
广州索伦信息科技有限公司
上海博观瑞思传媒科技有限公司
泛为

创意代理

广州钛动科技股份有限公司
Tone·同玺
杭州奈斯互联科技有限公司
东阳伯乐影视服务有限公司
湖南社记文化传媒有限公司
艾利艾智库
上海品臻文化传媒有限公司
IDEAinside艾迪因赛
北京朗知网络传媒科技股份有限公司
广州阿海德数字科技有限公司
青岛传旗力量文化传播有限公司
上海弈九文化传播有限公司
上海新榜信息技术股份有限公司
北京聚科技有限公司
深度传播集团
上海有门市场营销策划有限公司
北京必唐文化发展有限公司
北京亿万无线信息技术有限公司
海嘉传媒
麦道传媒股份有限公司
SG胜加
正鲸创意
上海带敢文化传播有限公司
美洋数字传播有限公司
LxU以乘
向上创意中心（深圳）有限公司
恩都瑞格传播集团
飞博共创

上海悦普广告集团股份有限公司
QM谦玛
久其数字传播有限公司
橙意机构（I-Orange）
北京新意互动数字技术有限公司
电通创意 DENTSU CREATIVE
LIQUID GROUP
上海韦曝斯文化传播有限公司
上海介陌广告传媒有限公司
上海黑芒营销策划有限公司
声色全码营销创意工作室
思库（浙江）文化传播有限公司
青岛尊道传媒有限公司
北京维卓网络科技有限公司
MUSINESS音乐元宇宙
贵州众一文化传媒有限公司
breathe
赞意
北京本邦科技股份有限公司
上海春及文化传媒发展有限公司
道有道科技集团股份公司
Cheil Greater China 大中华区杰尔集团
北京浙文天杰营销科技有限公司
CCE集团
上海朴速广告有限责任公司
上海传创数码科技有限公司
广州聚友力广告有限公司

广州思进文化传播有限公司
白兔控股
你好品牌咨询
百孚思
河南华禾传媒集团有限公司
上海有料广告有限公司
美琦客
嗨普
广东因赛品牌营销集团股份有限公司
SPORTFIVE
文明广告
重庆狼卜品牌营销策划股份有限公司
上海稳路广告有限公司
昊圣数字
北京灵锐互动广告有限公司
杭州奥赞网络科技有限公司
北京艾欧塔数字营销有限公司
真传有道
柏立（杭州）品牌营销咨询有限公司
谱思
获得文化
广州索伦信息科技有限公司
上海博观瑞思传媒科技有限公司
深白studio
深圳市信广龙广告有限责任公司
武汉初度文化传媒有限公司

服务和管 理

代理服务

公关代理

湖南社记文化传媒有限公司
北京朗知网络传媒科技股份有限公司
青岛传旗力量文化传播有限公司
深度传播集团
海嘉传媒
青岛多映创意文化传播有限公司
麦道传媒股份有限公司
南京羽岸吟澜文化传播有限公司
中青旅联科（北京）数字营销有限公司
北京新意互动数字技术有限公司
电通创意 DENTSU CREATIVE
佩利安数字科技（北京）有限公司

上海黑芒营销策划有限公司
思美传媒股份有限公司
博之林传媒集团
青岛天歌广告有限公司
北京沃姆互动行销策划有限公司
贵州众一文化传媒有限公司
北京本邦科技股份有限公司
北京爱创天博营销科技有限公司
北京浙文天杰营销科技有限公司
iPlus 艾加营销
广州思进文化传播有限公司
百孚思

河南华禾传媒集团有限公司
迪思传媒
重庆狼卜品牌营销策划股份有限公司
浙文互联
北京鱼得水营销顾问有限公司
精准阳光
成都西岭公共关系顾问有限公司
智者品牌
江苏新华新消费文化传媒有限公司
深圳市信广龙广告有限责任公司

全案代理

深圳市博图嘉成数字传媒有限公司
广州钛动科技股份有限公司
北京恒通盛世广告传媒有限公司
上海博广广告传媒有限公司
上海闻于天品牌咨询有限公司
Tone·同玺
东阳伯乐影视服务有限公司
河南日辰集团
云智科技
湖南社记文化传媒有限公司
上海品臻文化传媒有限公司
IDEAinside艾迪因赛
北京朗知网络传媒科技股份有限公司
win©Brand
广州阿海德数字科技有限公司
青岛传旗力量文化传播有限公司
杭州谦语智能科技有限公司
罗德传播集团
北京一多奇思信息科技有限公司
江西省众灿互动科技股份有限公司
缔壹品牌视觉
上海弈九文化传播有限公司
深圳图星科技网络有限公司
北京聚科技有限公司
深度传播集团
上海有门市场营销策划有限公司
我爱文化传播（北京）有限公司
MAX
北京微梦酷娱广告有限公司
北京恋唐文化发展有限公司
北京亿万无线信息技术有限公司
海嘉传媒
上海优屏文化传媒有限公司
青岛多映创意文化传播有限公司
时趣互动（北京）科技有限公司
麦道传媒股份有限公司
乐动互联信息技术(北京)有限公司
江苏智酷传媒有限公司
SG胜加
蔚蓝云创（上海）数字科技股份有限公司
亿动广告传媒
灵狐科技
上海带敢文化传播有限公司
广州携旅信息科技有限公司
LxU以乘
深圳市普方立民科技有限公司
向上创新中心（深圳）有限公司
恩都瑞格传播集团
飞博共创
上海辰源企业形象设计有限公司
开域集团
上海悦普广告集团股份有限公司

广州市玛雅文化传播有限公司
QM谦玛
久其数字传播有限公司
广州予之文化科技有限公司
广东想象力品牌管理有限公司
上海门吾广告有限公司
E&I
橙意机构 (I-Orange)
昌荣传媒股份有限公司
北京浩逸文化传媒有限公司
北京新意互动数字技术有限公司
北京美通互动数字科技股份有限公司
广州市想象文化传媒有限公司
电通创意 DENTSU CREATIVE
北京智颖科技有限公司
海映盛网络技术股份有限公司
上海韦曝斯文化传播有限公司
上海介陌广告传媒有限公司
南京大可家网络科技有限公司
佩利安数字科技（北京）有限公司
上海黑芒营销策划有限公司
思库（浙江）文化传播有限公司
北京时空视点整合营销顾问有限公司
广州市原象信息科技有限公司
上海前景传媒股份有限公司
青岛尊道传媒有限公司
北京维卓网络科技有限公司
广东茉莉数字科技集团股份有限公司
思美传媒股份有限公司
华铁传媒集团有限公司
上海幼狮文化传播有限公司
上海瑞狮网络科技有限公司
博之林传媒集团
上海翊喜广告有限公司
成都星跃文化传媒有限公司
JUST AD
青岛天歌广告有限公司
Carnivo
NDN Group 恩添安市场营销策划（上海）有限公司
北京沃姆互动行销策划有限公司
贵州众一文化传媒有限公司
赞意
华扬联众数字技术股份有限公司
上海剧星传媒股份有限公司
北京本邦科技股份有限公司
耐特康赛网络技术（北京）有限公司
上海璞康数据科技（集团）有限公司
Cheil Greater China 大中华区杰尔集团
北京爱创天博营销科技有限公司
北京浙文天杰营销科技有限公司
北京森博明德营销管理顾问股份有限公司
CCE集团

上海安瑞信杰数字科技有限公司
iPlus 艾加营销
广州聚友力广告有限公司
江西省懿世文化传媒有限公司
灵思云途营销顾问股份有限公司
广州思进文化传播有限公司
行云集团
游豫（上海）网络科技有限公司
成都奇林智媒文化传播有限公司
杭州碧橙数字技术股份有限公司
你好品牌咨询
百孚思
群邑
优力互动
硕为思
道原
河南华禾传媒集团有限公司
上海有料广告有限公司
广西麦捷广告传媒有限公司
广东因赛品牌营销集团股份有限公司
SPORTFIVE
迪思传媒
重庆狼卜品牌营销策划股份有限公司
酷娱传播
北京鱼得水营销顾问有限公司
北京小蜻蜓智能
蓝标传媒
精准阳光
思恩客
上海稳路广告有限公司
哈勒（上海）广告有限公司
广州凡奇广告有限公司
昊圣数字
北京灵锐互动广告有限公司
杭州奥赞网络科技有限公司
北京艾欧塔数字营销有限公司
北京昊明数科营销顾问有限公司
微盟
广东省广告集团股份有限公司
柏立（杭州）品牌营销咨询有限公司
成都西岭公共关系顾问有限公司
32亿创意传播
北京时代飞鹰科技有限公司
谱思
无忧传媒
智者品牌
广州索伦信息科技有限公司
上海博观瑞思传媒科技有限公司
江苏新华新消费文化传媒有限公司
深圳市信广龙广告有限责任公司
英迈传媒

服务和管

程序化服务

供应方平台&广告联盟（SSP）

重庆市易平方科技有限公司	北京殷芸聚合科技有限公司	Hivestack 巢仕达
北京壹通佳悦科技有限公司	上海酷量科技有限公司	上海倍孜网络技术有限公司
RixEngine	皓量科技（深圳）有限公司	Sigmob
AlgoriX	销赞云（广州）科技有限公司	上海旺脉信息科技有限公司集团有限公司
北京凌思优量科技有限公司	广州塔酷信息科技有限公司	极光
上海倍业信息科技有限公司	上海佳投互联网技术集团有限公司	Flat Ads
多盟	VIOOH	蓬景数字营销
广州携旅信息科技有限公司	Mediatom	

广告交易平台（Exchange）

广东智慧魔方科技有限公司	皓量科技（深圳）有限公司	河北三川科技有限公司
新潮传媒集团	爱点击集团iClick (NASDAQ:ICLK)	Sigmob
北京深演智能科技股份有限公司	上海佳投互联网技术集团有限公司	上海旺脉信息科技有限公司集团有限公司
RixEngine	美数科技	科大讯飞
AlgoriX	Mediatom	力恒信息科技（广州）有限公司
北京凌思优量科技有限公司	Hivestack 巢仕达	Flat Ads
多盟	上海倍孜网络技术有限公司	ToBid聚合广告平台

程序化内容供应商

北京浩逸文化传媒有限公司	筷子科技	契胜科技
上海旺脉信息科技有限公司集团有限公司	芒果TV	新义互联
悠易互通	尼洱研究	易传媒集团(AdChina)
径硕科技		

需求方代理平台（DSP）

杭州谦语智能科技有限公司	爱点击集团iClick (NASDAQ:ICLK)	爱奇艺
北京壹通佳悦科技有限公司	悠易互通（北京）广告有限公司	蓝标传媒
上海智子信息科技股份有限公司	美数科技	科大讯飞
北京深演智能科技股份有限公司	Mediatom	力恒信息科技（广州）有限公司
RixEngine	北京越友网络科技有限公司	Flat Ads
AlgoriX	Hivestack 巢仕达	阿里妈妈
北京凌思优量科技有限公司	Sigmob	蓬景数字营销
多盟	加和科技	InMobi
北京殷芸聚合科技有限公司	嗨普	米漫科技
皓量科技（深圳）有限公司	京准通	悠易科技

Serving 投放服务供应商

广州钛动科技股份有限公司	银杉数科	Flat Ads
北京深演智能科技股份有限公司	瓴通	泛为
北京云和互动信息技术有限公司	嗨普	
Hivestack 巢仕达	力恒信息科技（广州）有限公司	

服务和管

数字营销服务

数字营销媒体

广州钛动科技股份有限公司	久其数字传播有限公司	阿里巴巴集团旗下超级汇川广告平台
蓝瀚互动-鲁班跨境通	广州欢网科技有限责任公司	Cheil Greater China 大中华区杰尔集团
江西省众灿互动科技股份有限公司	E&I	北京鹏泰互动广告有限公司
上海弈九文化传播有限公司	昌荣传媒股份有限公司	北京浙文天杰营销科技有限公司
上海任意门科技有限公司	猎居网络科技（上海）有限公司	利欧集团数字科技有限公司
新潮传媒集团	淳博（上海）文化传播股份有限公司	360集团
广州友友传媒科技有限公司	上海雅汇奇文化传媒有限公司	北京人本智汇信息技术有限公司
青岛多映创意文化传播有限公司	南京开为网络科技有限公司	凤凰FM
时趣互动（北京）科技有限公司	北京维卓网络科技有限公司	加和科技
执牛耳	上海英赛广告有限公司	凤飞
江苏智酷传媒有限公司	思美传媒股份有限公司	北京飞扬广告有限公司
厦门短剧家文化传播有限公司	爱奇艺体育	广西麦捷广告传媒有限公司
广州若羽臣科技股份有限公司	博之林传媒集团	北京小蜻蜓智能
南京羽岸吟澜文化传播有限公司	小米商业营销	上海稳路广告有限公司
北京易通峰联信息技术有限公司	贵州众一文化传媒有限公司	广州灵思远景企业管理有限公司
广州携旅信息科技有限公司	OPPO营销平台	青岛万物可爱科技集团有限公司
上海众引文化传播股份有限公司	breathe	Flat Ads
北京烁野信息技术有限公司	世优（北京）科技有限公司	广州索伦信息科技有限公司
北京般芸聚合科技有限公司	河北三川科技有限公司	梯影传媒
上海酷量科技有限公司	财新创意（深圳）有限公司	北京成羽文化传播有限公司
德比软件	上海剧星传媒股份有限公司	杭州小锣号网络科技有限公司
上海悦普广告集团股份有限公司	耐特康赛网络技术（北京）有限公司	
广州市玛雅文化传播有限公司	虎啸传媒	

数字营销教育

虎啸传媒	广州灵思远景企业管理有限公司	径硕科技
因奥企业管理咨询（上海）有限公司	秒针营销科学院	螳螂科技

供应商评估

保利威	倍亚科技	睿信咨询
甄云科技	远大博商	添翼智库

数字营销投资

月狐	道原	云中鹤
群邑	达观数据	

服务和管 理

数字营销服务

数字营销投资

深圳市博图嘉成数字传媒有限公司
广州钛动科技股份有限公司
北京恒通盛世广告传媒有限公司
云智科技
艾利艾智库
win©Brand
罗德传播集团
上海弈九文化传播有限公司
北京聚科技有限公司
致维科技(北京)有限公司
时趣互动（北京）科技有限公司
易链星云（北京）科技有限公司
中企高呈（北京）科技有限公司
广州探迹科技有限公司
北京深演智能科技股份有限公司
WEIQ红人营销平台
深度发现数智营销
北京微播易科技股份有限公司
开域集团
央视市场研究股份有限公司
广州予之文化科技有限公司
QuestMobile（北京贵士信息科技有限公司）
广州市想象文化传媒有限公司
北京智颖科技有限公司
海映盛网络技术股份有限公司
佩利安数字科技（北京）有限公司

深圳市云积分科技有限公司
广州市原象信息科技有限公司
河北树蝉文化传媒有限公司
意略明
上海光潏网络科技有限公司
广东茉莉数字科技集团股份有限公司
福州果集信息科技有限公司
思美传媒股份有限公司
杭州阿里巴巴海外网络科技有限公司
爱奇艺体育
Merkle 美库尔
银杉数科
武汉卓尔数字传媒科技有限公司
NDN Group 恩添安市场营销策划（上海）有限公司
契胜科技
赛诺贝斯（北京）营销技术股份有限公司
华扬联众数字技术股份有限公司
盟博广告(上海)有限公司
再惠（上海）网络科技有限公司
阐释官
耐特康赛网络技术（北京）有限公司
道有道科技集团股份公司
虎啸传媒
北京浙文天杰营销科技有限公司
利欧集团数字科技有限公司

月狐
上海传创数码科技有限公司
心康SIC
灵思云途营销顾问股份有限公司
行云集团
游豫（上海）网络科技有限公司
北京飞扬广告有限公司
百孚思
硕为思
道原
广东圣火传媒科技股份有限公司
因奥企业管理咨询（上海）有限公司
广州灵思远景企业管理有限公司
昊圣数字
上海意见广告传媒有限公司
北京艾欧塔数字营销有限公司
柏立（杭州）品牌营销咨询有限公司
智者品牌
北京国双科技有限公司
秒针营销科学院
添翼智库
北京成羽文化传播有限公司
怀禹咨询
杭州小锣号网络科技有限公司
径硕科技

数据和运营工具

第一方业务相关数据

CRM

- | | | |
|--------------|--------------|--------------|
| 广东智慧魔方科技有限公司 | Merkle 美库尔 | 鲲智网络科技 |
| 上海弈九文化传播有限公司 | 驰骛科技 | 爱奇艺 |
| 网易外贸通 | 甘肃光讯信息科技有限公司 | SAP |
| 深圳市云积分科技有限公司 | 心康SIC | 上海商帆信息科技有限公司 |
| Majorel迈睿中国 | 群脉 | |

SCRM

- | | | |
|--------------------|--------------------|--------------|
| 众安信息技术服务有限公司 | 海映盛网络技术股份有限公司 | Marketin |
| 珍岛集团Marketingforce | 上海光潏网络科技有限公司 | 群脉 |
| 广州携旅信息科技有限公司 | 契胜科技 | 上海商帆信息科技有限公司 |
| 爱点击—畅鯨 | 赛诺贝斯（北京）营销技术股份有限公司 | 北京国双科技有限公司 |
| 广州探域科技有限公司 | 卓睦鸟AI-MDT健康管理系统 | |

CDP

- | | | |
|---------------------------|--------------------|--------------|
| LinkFlow | 上海光潏网络科技有限公司 | 群脉 |
| TalkingData | Merkle 美库尔 | 京东营销云 |
| 珍岛集团Marketingforce | 驰骛科技 | 哈勒（上海）广告有限公司 |
| 爱点击集团iClick (NASDAQ:ICLK) | 赛诺贝斯（北京）营销技术股份有限公司 | 火山引擎 |
| 悠易互通（北京）广告有限公司 | 创络（上海）数据科技有限公司 | 北京诸葛云游科技有限公司 |
| 杭州比智科技有限公司 | 瓴羊智能科技有限公司 | 北京国双科技有限公司 |
| 神策网络科技（北京）有限公司 | 北京远景视点科技有限公司 | 明略 |
| 神策网络科技（北京）有限公司 | Marketin | |

业务运营数据

- | | | |
|----------------|----------------|------------------|
| 广东智慧魔方科技有限公司 | 神策网络科技（北京）有限公司 | 道原 |
| 北京一多奇思信息科技有限公司 | 热浪数据 | 鲲智网络科技 |
| 厦门短剧家文化传播有限公司 | Whale 帷幄 | 广东圣火传媒科技股份有限公司 |
| 南京灵越信息技术有限公司 | 月狐 | 北京诸葛云游科技有限公司 |
| 德比软件 | 甘肃光讯信息科技有限公司 | 汇智数字科技控股（深圳）有限公司 |
| 销赞云（广州）科技有限公司 | 上海传创数码科技有限公司 | |

第二方业务相关数据

社交媒体数据

- | | | |
|---------------|--------------|----------------|
| LinkFlow | 博拉网络股份有限公司 | 北京爱创天博营销科技有限公司 |
| 厦门短剧家文化传播有限公司 | 清博智能 | 数说故事 |
| 蝉管家 | 福州果集信息科技有限公司 | 知乎 |
| 蝉妈妈 | 热浪数据 | |

数据和运营工具

第三方业务相关数据

电商数据

LinkFlow 北京一多奇思信息科技有限公司 蝉管家	深圳市普方立民科技有限公司 深圳市云积分科技有限公司	火山引擎 汇智数字科技控股（深圳）有限公司
-----------------------------------	-------------------------------	--------------------------

其他媒体数据

深圳乐播科技有限公司 OPPO营销平台	OneSight	帆软
------------------------	----------	----

第三方业务相关数据

数据管理平台DMP

TalkingData 蝉妈妈 百应科技 上海门吾广告有限公司 皓量科技（深圳）有限公司 北京勾正数据科技有限公司	悠易互通（北京）广告有限公司 武汉微思敦网络技术有限公司 Sigmob 上海旺脉信息科技有限公司 北京风行在线技术有限公司 京准通	微盟 力恒信息科技（广州）有限公司 神州鲲泰 秒针
--	--	------------------------------------

数据服务供应商

上海新榜信息技术股份有限公司 TalkingData 蝉妈妈 北京赢销通科技有限公司 央视市场研究股份有限公司 皓量科技（深圳）有限公司 北京勾正数据科技有限公司 QuestMobile（北京贵士信息科技有限公司） 清博智能 北京艺恩世纪数据科技股份有限公司（简称：艺恩数据）	北京明亮的星文化传媒有限公司 Majorel迈睿中国 神策网络科技（北京）有限公司 意略明 中国广视索福瑞媒介研究有限责任公司 热力引擎（原热云数据） 热浪数据 任拓数据科技（上海）有限公司 北京百炼智能科技有限公司 再惠（上海）网络科技有限公司 领羊智能科技有限公司	月狐 开思系统 瓴西消费者洞察系统 药店通 瓴通 瓴速 广东圣火传媒科技股份有限公司 蓝色星合 北京诸葛云游科技有限公司 神州鲲泰 秒针
---	--	--

数据交易平台

神州鲲泰 网易数帆	数智客 数语科技	聚数力
--------------	-------------	-----

数据技术公司

深圳市东信云科技有限公司 蔚蓝云创（上海）数字科技股份有限公司 WEIQ红人营销平台 博拉网络股份有限公司 广州中康数字科技有限公司 北京赢销通科技有限公司	上海酷量科技有限公司 北京勾正数据科技有限公司 销赞云（广州）科技有限公司 杭州比智科技有限公司 中国广视索福瑞媒介研究有限责任公司 热力引擎（原热云数据）	甘肃光讯信息科技有限公司 广东圣火传媒科技股份有限公司 神州鲲泰 汇智数字科技控股（深圳）有限公司 蚂蚁数字科技
---	---	--

数据和运营工具

数据分析

广告监测

LinkFlow 鹊桥 TalkingData 上海众引文化传播股份有限公司 央视市场研究股份有限公司 昌荣传媒股份有限公司 北京勾正数据科技有限公司	QuestMobile（北京贵士信息科技有限公司） 北京艺恩世纪数据科技股份有限公司（简称：艺恩数据） 意略明 得效（上海）数字科技有限公司 北京微方程科技有限公司 热力引擎（原热云数据）	河北三川科技有限公司 思恩客 北京诸葛云游科技有限公司 神州数码 北京国双科技有限公司 秒针 ToBid聚合广告平台
---	---	--

商业智能

蝉小红 蝉魔方 蝉妈妈 WEIQ红人营销平台 广州中康数字科技有限公司 北京百分点科技集团股份有限公司 杭州观远数据有限公司	Analytic Partners 勘讯咨询 Majorel 迈睿中国 热浪数据 盟博广告(上海)有限公司 数说故事 瓴合 京东商智	广东圣火传媒科技股份有限公司 北京国双科技有限公司 上海博观瑞思传媒科技有限公司 蚂蚁数字科技 ToBid聚合广告平台
--	--	---

商业智能

秒针 极验	RTBAsia	安德富
----------	---------	-----

数据分析工具

上海新榜信息技术股份有限公司 上海智子信息科技股份有限公司 蔚蓝云创（上海）数字科技股份有限公司 思码逸 蝉魔方 北京微播易科技股份有限公司 QuestMobile（北京贵士信息科技有限公司） 福州果集信息科技有限公司 Majorel 迈睿中国 杭州比智科技有限公司 神策网络科技（北京）有限公司 中国广视索福瑞媒介研究有限责任公司 广东茉莉数字科技集团股份有限公司	福州果集信息科技有限公司 热力引擎（原热云数据） 深圳市洞见智慧科技有限公司 银杉数科 驰骛科技 武汉卓尔数字传媒科技有限公司 热浪数据 Whale 帷幄 北京卓思天成数据咨询股份有限公司 创络（上海）数据科技有限公司 瓴羊智能科技有限公司 月狐 甘肃光讯信息科技有限公司	瓴通 心康SIC 北京远景视点科技有限公司 群邑 硕为思 京东商智 思恩客 Choiceform 巧思科技 北京诸葛云游科技有限公司 神州数码 SAP ToBid聚合广告平台
---	--	--

市场研究

艾利艾智库 罗德传播集团 网易云商（杭州网易智企科技有限公司旗下品牌） 蝉魔方 北京百分点科技集团股份有限公司 央视市场研究股份有限公司 苏州闻道网络科技有限公司 中国广视索福瑞媒介研究有限责任公司	JUST AD 银杉数科 任拓数据科技（上海）有限公司 月狐 开思系统 瓴西消费者洞察系统 瓴合 群邑 道原	京东商麒 京洞察 思恩客 北京艾欧塔数字营销有限公司 Choiceform 巧思科技 怀禹咨询
--	--	--

数据和运营工具

数据分析

营销效果分析

- | | | |
|---------------------------|------------------|----------------|
| 云知数 | 广州市原象信息科技有限公司 | 上海传创数码科技有限公司 |
| 深圳九章数据科技有限公司 | 北京明亮的星文化传媒有限公司 | 瓴西消费者洞察系统 |
| 北京深演智能科技股份有限公司 | 南京开为网络科技有限公司 | 瓴通 |
| 蝉小红 | 神策网络科技（北京）有限公司 | 瓴合 |
| 蝉圈圈 | 意略明 | 瓴速 |
| 蝉妈妈 | 上海光潏网络科技有限公司 | 广西麦捷广告传媒有限公司 |
| 上海众引文化传播股份有限公司 | 广东茉莉数字科技集团股份有限公司 | 思恩客 |
| 上海酷量科技有限公司 | 福州果集信息科技有限公司 | Choiceform巧思科技 |
| 北京微播易科技股份有限公司 | 北京微方程科技有限公司 | 北京国双科技有限公司 |
| 央视市场研究股份有限公司 | 热力引擎（原热云数据） | 秒针 |
| 皓量科技（深圳）有限公司 | 驰鹭科技 | 阿里妈妈 |
| 北京勾正数据科技有限公司 | 任拓数据科技（上海）有限公司 | |
| 北京艺恩世纪数据科技股份有限公司（简称：艺恩数据） | 盟博广告(上海)有限公司 | |
| Analytic Partners 勘讯咨询 | 瓴羊智能科技有限公司 | |
| | 月狐 | |

营销人工智能

- | | | |
|----------------|------------------|-------|
| 营赛洞察 | 银杉数科 | 360集团 |
| 云智科技 | 北京百炼智能科技有限公司 | 数说故事 |
| 深圳九章数据科技有限公司 | 北京卓思天成数据咨询股份有限公司 | 心康SIC |
| 北京深演智能科技股份有限公司 | 创络（上海）数据科技有限公司 | 硕为思 |
| 百应科技 | 百度营销 | 科大讯飞 |

知识图谱

- | | | |
|-----------------|------------------|------|
| 广州中康数字科技有限公司 | 北京百炼智能科技有限公司 | 阿里巴巴 |
| 北京百分点科技集团股份有限公司 | 北京卓思天成数据咨询股份有限公司 | 明略 |
| 深圳市洞见智慧科技有限公司 | | |

数据安全

广告监测

- | | | |
|--------------------|------------------|--------|
| 蔚蓝云创（上海）数字科技股份有限公司 | 杭州比智科技有限公司 | 神州数码 |
| 广州中康数字科技有限公司 | 泰瑞数创科技（北京）股份有限公司 | 明略 |
| 北京百分点科技集团股份有限公司 | 驰鹭科技 | 蚂蚁数字科技 |
| | 火山引擎 | |

数据湖

- | | | |
|----------------|----------------|------------|
| 北京易通峰联信息技术有限公司 | 阿里巴巴 | 深圳钛铂数据有限公司 |
| 北京勾正数据科技有限公司 | 北京星辰天合科技股份有限公司 | 亚马逊云科技 |

数据合规

- | | | |
|---------------|--------------|------|
| 杭州比智科技有限公司 | 甘肃光讯信息科技有限公司 | 神州数码 |
| 深圳市洞见智慧科技有限公司 | 微盟 | |

数据和运营工具

第三方工具

站点分析

央视市场研究股份有限公司
Merkle 美库尔

秒针
友盟

Convertlab
七麦数据

A/B测试（7）

珍岛集团Marketingforce
广州塔酷信息科技有限公司
热力引擎（原热云数据）

驰骛科技
微盟

火山引擎
A/B测试

归因工具

云知数
思码逸

上海酷量科技有限公司
北京明亮的星文化传媒有限公司

热力引擎（原热云数据）
友盟

体验管理

乐动互联信息技术(北京)有限公司
北京百分点科技集团股份有限公司

Majorel迈睿中国
北京卓思天成数据咨询股份有限公司

广东电声市场营销股份有限公司

AI营销

AI投放

鹊桥
江西省众灿互动科技股份有限公司
猎居网络科技（上海）有限公司

杭州奥创光年互联网科技有限责任公司
利欧集团数字科技有限公司
群邑

力恒信息科技（广州）有限公司

AI内容生成

营赛洞见
上海弈九文化传播有限公司
网易外贸通
致维科技(北京)有限公司
青岛多映创意文化传播有限公司
北京海百川科技有限公司
厦门短剧家文化传播有限公司
多盟
广州中康数字科技有限公司
上海辰源企业形象设计有限公司
开域集团
广州欢网科技有限责任公司
世优（北京）科技有限公司
南京硅基智能科技有限公司
中科相生科技发展（江苏）有限公司
南京开为网络科技有限公司
长沙市川木家文化传播有限公司
得效（上海）数字科技有限公司
上海咖菲信息科技有限公司

广东茉莉数字科技集团股份有限公司
思美传媒股份有限公司
杭州阿里巴巴海外网络科技有限公司
元象XVERSE
杭州奥创光年互联网科技有限责任公司
灵感岛
武汉卓尔数字传媒科技有限公司
热浪数据
任拓数据科技（上海）有限公司
Whale 帷幄
breathe
北京百炼智能科技有限公司
华扬联众数字技术股份有限公司
北京森博明德营销管理顾问股份有限公司
利欧集团数字科技有限公司
GPTbots
360集团

北京昊明数科营销顾问有限公司
微盟
上海思湃广告有限公司
Marketin
优力互动
硕为思
广东因赛品牌营销集团股份有限公司
爱奇艺
迪思传媒
浙文互联
蓝标传媒
蓝色星合
泰坦数科
萤若科技
NPLUS Digital

数据和运营工具

AI营销

AI洞察

云智科技	时趣互动（北京）科技有限公司	上海朴速广告有限责任公司
上海新榜信息技术股份有限公司	时趣互动（北京）科技有限公司	硕为思
网易云商（杭州网易智企科技有限公司旗下品牌）	杭州奥创光年互联网科技有限责任公司	力恒信息科技（广州）有限公司
深圳九章数据科技有限公司	任拓数据科技（上海）有限公司	萤若科技

AI客服

网易云商（杭州网易智企科技有限公司旗下品牌）	百应科技	江苏汇智智能数字科技有限公司
深圳九章数据科技有限公司	世优（北京）科技有限公司	GPTbots
厦门短剧家文化传播有限公司	广州探域科技有限公司	泰坦数科
	元象XVERSE	萤若科技

AI问答

深圳九章数据科技有限公司	北京美通互动数字科技股份有限公司	GPTbots
上海智子信息科技股份有限公司	广州探域科技有限公司	宝宝树
广州欢网科技有限责任公司	元象XVERSE	萤若科技

AI助手

元钛（福建）数字科技股份有限公司	元象XVERSE	北京飞扬广告有限公司
世优（北京）科技有限公司	灵感岛	明略
上海光潏网络科技有限公司	江苏汇智智能数字科技有限公司	
得效（上海）数字科技有限公司	GPTbots	

AI大模型工具

营赛洞见	上海门吾广告有限公司	北京森博明德营销管理顾问股份有限公司
网易云商（杭州网易智企科技有限公司旗下品牌）	清博智能	360集团
深圳九章数据科技有限公司	南京硅基智能科技有限公司	数说故事
北京海百川科技有限公司	广州探域科技有限公司	北京远景视点科技有限公司
上海智子信息科技股份有限公司	深圳市云积分科技有限公司	广东因赛品牌营销集团股份有限公司
广州探迹科技有限公司	元象XVERSE	宝宝树
思码逸	Whale 帷幄	科大讯飞
华院计算技术（上海）股份有限公司	北京百炼智能科技有限公司	轻松集团
北京微播易科技股份有限公司	江苏汇智智能数字科技有限公司	
	北京本邦科技股份有限公司	
	创络（上海）数据科技有限公司	

触点和内容

私域营销

私域营销咨询

QM谦玛	JUST AD	因奥企业管理咨询（上海）有限公司
北京智颖科技有限公司	赞意	怀禹咨询
北京时空视点整合营销顾问有限公司	群脉	

私域运营

元钛（福建）数字科技股份有限公司	北京智颖科技有限公司	群脉
LinkFlow	海映盛网络技术股份有限公司	鲲驰集团
北京恒通盛世广告传媒有限公司	深圳市云积分科技有限公司	嗨普
MAX	Majorel迈睿中国	酷娱传播
北京微梦酷娱广告有限公司	武汉市幸运坐标信息技术有限公司	北京鱼得水营销
易链星云（北京）科技有限公司	博之林传媒集团	顾问有限公司
上海智子信息科技股份有限公司	青岛天歌广告有限公司	宝宝树
蔚蓝云创（上海）数字科技股份有限公司	契胜科技	北京艾欧塔数字
珍岛集团Marketingforce	赛诺贝斯（北京）营销技术股份有限	营销有限公司
灵狐科技	公司	北京昊明数科营
开域集团	赞意	销顾问有限公司
QM谦玛	再惠（上海）网络科技有限公司	广州索伦信息科
百应科技	百度营销	技有限公司
北京云和互动信息技术有限公司	瓴羊智能科技有限公司	上海商帆信息科
北京浩逸文化传媒有限公司	上海安瑞信杰数字科技有限公司	技有限公司
爱点击集团iClick (NASDAQ:ICLK)	广州聚友力广告有限公司	北京成羽文化传
北京美通互动数字科技股份有限公司	心康SIC	播有限公司
电通创意 DENTSU CREATIVE	优力互动	武汉初度文化传
广州探域科技有限公司		媒有限公司

品牌自有小程序&H5&APP&网站

中企高呈（北京）科技有限公司	武汉市幸运坐标信息技术有限公司	虎啸传媒
开域集团	上海雍熙信息技术有限公司	盛天网络
皓量科技（深圳））有限公司	上海与立品牌管理有限公司	上海安瑞信杰数字科技有
爱点击·畅鲟	NDN Group 恩添安市场营销策划	限公司
北京时空视点整合营销顾问有限公司	（上海）有限公司	广州聚友力广告有限公司

智能客服

网易云商（杭州网易智企科技有限 公司旗下品牌）	北京云和互动信息技术有限公司	火山引擎
	瓴羊智能科技有限公司	蚂蚁数字科技

触点和内容

社媒营销

互动媒体分享		
云智科技	北京微梦传媒股份有限公司	微博
拉扎斯网络科技（上海）有限公司	北京微播易科技股份有限公司	小红书
北京分公司	电通创意 DENTSU CREATIVE	快手
蝉妈妈	江西省懿世文化传媒有限公司	

用户点评		
大众点评	饿了么	美团
豆瓣	口碑	

内容社区		
IDEAinside艾迪因赛	橙意机构 (I-Orange)	微博
上海任意门科技有限公司	宝宝树	小红书
执牛耳	北京灵锐互动广告有限	知乎
QM谦玛	公司	脉脉

即时通讯类社交网络平台		
上海博广广告传媒有限公司	甘肃光讯信息科技有限公司	上海彼伏广告有限公司
深度传播集团	优力互动	上海彼彼市场营销策划有限公司

社交洞察		
上海任意门科技有限公司	福州果集信息科技有限公司	广东因赛品牌营销集团股
蝉小红	北京艺恩世纪数据科技股份有限公司	份有限公司
蝉圈圈	(简称：艺恩数据)	文明广告
北京微梦传媒股份有限公司	意略明	蓝色星合
北京百分点科技集团股份有限公司	Carnivo	微博
成都稻米互动科技有限公司	CCE集团	小红书
	数说故事	秒针

触点和内容

社媒营销

社媒运营

深圳市博图嘉成数字传媒有限公司
北京恒通盛世广告传媒有限公司
湖南社记文化传媒有限公司
罗德传播集团
北京聚科技有限公司
KAWO科握
网易外贸通
MAX
广州友友传媒科技有限公司
北京宓唐文化发展有限公司
青岛多映创意文化传播有限公司
麦道传媒股份有限公司
WEIQ红人营销平台
亿动广告传媒
北京微梦传媒股份有限公司
灵狐科技
上海带敢文化传播有限公司
成都稻米互动科技有限公司
上海众引文化传播股份有限公司
飞博共创
楼氏(深圳)文化传媒集团有限公司
广州天泓文化传媒投资有限公司
中青旅联科（北京）数字营销有限公司

广州市玛雅文化传播有限公司
久其数字传播有限公司
橙意机构（I-Orange）
北京浩逸文化传媒有限公司
爱点击集团iClick（NASDAQ:ICLK）
海映盛网络技术股份有限公司
福州果集信息科技有限公司
北京时空视点整合营销顾问有限公司
苏州闻道网络科技股份有限公司
青岛尊道传媒有限公司
上海幼狮文化传播有限公司
上海瑞狮网络科技有限公司
上海翊喜广告有限公司
武汉卓尔数字传媒科技有限公司
Carnivo
NDN Group 恩添安市场营销策划（上海）有限公司
北京沃姆互动行销策划有限公司
武汉微思敦网络技术有限公司
breathe
上海春及文化传媒发展有限公司

耐特康赛网络技术（北京）有限公司
虎啸传媒
北京爱创天博营销科技有限公司
CCE集团
上海博丞品牌策划有限公司
天津年年有娱信息技术有限公司
SPORTFIVE
北京鱼得水营销顾问有限公司
北京小蜻蜓智能
蓝标传媒
蓝色星合
蓝色宇宙
微博
上海意贝广告传媒有限公司
北京昊明数科营销顾问有限公司
锋瑞传媒（山西）有限公司
获得文化
智者品牌
NPLUS Digital
北京成羽文化传播有限公司
深圳市信广龙广告有限责任公司
武汉初度文化传媒有限公司

MCN

河南日辰集团
江西省众灿互动科技股份有限公司
北京春雨听雷网络科技有限公司
杭州缙苏网络信息有限公司
蔚蓝云创（上海）数字科技股份有限公司
北京微梦传媒股份有限公司
飞博共创
楼氏(深圳)文化传媒集团有限公司
广州予之文化科技有限公司
深圳市快美妆科技有限公司

苏州大禹数字文化科技集团有限公司
宸帆
南京大可家网络科技有限公司
北京明亮的星文化传媒有限公司
河北树蝉文化传媒有限公司
庚闰·叁里
成都星跃文化传媒有限公司
重庆麦芽传媒有限公司
北京爱创天博营销科技有限公司
奇光传媒

白兔控股
河南大河全媒体广告集团有限公司
成都奇林智媒文化传播有限公司
北京二咖传媒文化有限责任公司
思恩客
青岛万物可爱科技集团有限公司
上海彼伏广告有限公司
上海彼彼市场营销策划有限公司
南京小灿灿网络科技有限公司
无忧传媒

短视频营销

昌荣传媒股份有限公司
北京爱创天博营销科技有限公司
奇光传媒
上海朴速广告有限责任公司
iPlus 艾加营销
北京二咖传媒文化有限责任公司

百孚思
广东因赛品牌营销集团股份有限公司
天津年年有娱信息技术有限公司
迪思传媒
蓝标传媒
蓝色星合

蓝色宇宙
思恩客
柏立（杭州）品牌营销咨询有限公司
北京时代飞鹰科技有限公司
柏立（杭州）品牌营销咨询有限公司
北京时代飞鹰科技有限公司
梨视频（新梨视）

内容营销

品牌生产内容

品牌生产内容

北京恒通盛世广告传媒有限公司
上海博广广告传媒有限公司
河南日辰集团
艾利艾智库
IDEAinside艾迪因赛
win©Brand
广州阿海德数字科技有限公司
罗德传播集团
深度传播集团
北京微梦酷娱广告有限公司
北京宓唐文化发展有限公司
海嘉传媒
青岛多映创意文化传播有限公司
麦道传媒股份有限公司
厦门短剧家文化传播有限公司
SG胜加
珍岛集团Marketingforce
德力西电气
正鲸创意
上海带敢文化传播有限公司
凤凰网
美洋数字传播有限公司
LxU以乘
成都稻米互动科技有限公司
上海众引文化传播股份有限公司
飞博共创
楼氏(深圳)文化传媒集团有限公司
广州天泓文化传媒投资有限公司
中青旅联科(北京)数字营销有限公司
广州市玛雅文化传播有限公司
久其数字传播有限公司
广州予之文化科技有限公司
广东想象力品牌管理有限公司
上海门吾广告有限公司
E&I

橙意机构 (I-Orange)
北京浩逸文化传媒有限公司
爱点击集团iClick (NASDAQ:ICLK)
广州市想象文化传媒有限公司
上海介陌广告传媒有限公司
北京时空视点整合营销顾问有限公司
广州市原象信息科技有限公司
上海雍熙信息技术有限公司
长沙市川木家文化传播有限公司
上海幼狮文化传播有限公司
上海瑞陌网络科技有限公司
上海与立品牌管理有限公司
博之林传媒集团
成都星跃文化传媒有限公司
JUST AD
青岛天歌广告有限公司
武汉卓尔数字传媒科技有限公司
Carnivo
北京沃姆互动行营销策划有限公司
武汉微思敦网络技术有限公司
breathe
赞意
财新创意(深圳)有限公司
上海剧星传媒股份有限公司
阐释官
元美科技(北京奇幻奇遇科技有限公司)
耐特康赛网络技术(北京)有限公司
网易
北京杰尔思行广告有限公司
奇光传媒
上海水晶石数字科技有限公司
利欧集团数字科技有限公司
CCE集团
盛天网络
上海朴速广告有限责任公司

iPlus 艾加营销
江西省懿世文化传媒有限公司
游豫(上海)网络科技有限公司
成都奇林智媒文化传播有限公司
上海博丞品牌策划有限公司
北京飞扬广告有限公司
上海思湃广告有限公司
优力互动
搜狐
念初
上海有料广告有限公司
广西麦捷广告传媒有限公司
SPORTFIVE
文明广告
广东电声市场营销股份有限公司
酷娱传播
北京鱼得水营销顾问有限公司
北京小蜻蜓智能
宝宝树
哈勒(上海)广告有限公司
青岛万物可爱科技集团有限公司
微博
上海意贝广告传媒有限公司
上海彼伏广告有限公司
上海彼彼市场营销策划有限公司
北京艾欧塔数字营销有限公司
北京昊明数科营销顾问有限公司
柏立(杭州)品牌营销咨询有限公司
成都西岭公共关系顾问有限公司
智者品牌
广州索伦信息科技有限公司
NPLUS Digital
北京成羽文化传播有限公司
江苏新华新消费文化传媒有限公司
深圳市信广龙广告有限责任公司
武汉初度文化传媒有限公司

明星和知识产权生产内容

北京艺恩世纪数据科技股份有限公司(简称:艺恩数据)

念初
河南华禾传媒集团有限公司

微博

专业&用户生产内容

深圳市博图嘉成数字传媒有限公司
上海任意门科技有限公司
上海有门市场营销策划有限公司
广州友友传媒科技有限公司
执牛耳
南京羽岸吟澜文化传播有限公司
凤凰网
美洋数字传播有限公司
广州市玛雅文化传播有限公司
苏州大禹数字文化科技集团有限公司

南京硅基智能科技有限公司
海映盛网络技术股份有限公司
河北树蝉文化传媒有限公司
苏州闻道网络科技股份有限公司
长沙市川木家文化传播有限公司
北京依众时代科技有限公司
Carnivo
重庆麦芽传媒有限公司
奇光传媒
念初

美琦客
上海彼伏广告有限公司
上海彼彼市场营销策划有限公司
锋瑞传媒(山西)有限公司
成都西岭公共关系顾问有限公司
知乎
无忧传媒
江苏新华新消费文化传媒有限公司

内容营销

内容营销

第三方创意

Tone · 同玺
北京聚科技有限公司
上海有门市场营销策划有限公司
海嘉传媒
成都稻米互动科技有限公司
广东想象力品牌管理有限公司

皓量科技（深圳）有限公司
思库（浙江）文化传播有限公司
青岛尊道传媒有限公司
阐释官
奇光传媒
上海博丞品牌策划有限公司

念初
杭州奥赞网络科技有限公司
锋瑞传媒（山西）有限公司
北京成羽文化传播有限公司
深白studio

动态创意优化

嗨普

亚马逊广告

珑玺信息科技有限公司

内容创意AI

蓝标传媒BlueNeo国际元宇宙
上海有门市场营销策划有限公司
华院计算技术（上海）股份有限公司
上海门吾广告有限公司
爱设计
北京美通互动数字科技股份有限公司

南京开为网络科技有限公司
长沙市川木家文化传播有限公司
任拓数据科技（上海）有限公司
Whale 帷幄
breathe
上海春及文化传媒发展有限公司

网易
北京杰尔思行广告有限公司
北京浙文天杰营销科技有限公司
河南华禾传媒集团有限公司
火山引擎
深白studio

内容管理工具

营赛洞察
上海新榜信息技术股份有限公司

众安信息技术服务有限公司
爱设计

南京开为网络科技有限公司
Whale 帷幄

内容衍生定制

灵狐科技
北京依众时代科技有限公司
上海翊喜广告有限公司
上海春及文化传媒发展有限公司

北京人本智汇信息技术有限公司
凤凰FM
蓝色宇宙
柏立（杭州）品牌营销咨询有限公司

NPLUS Digital
杭州小锣号网络科技有限公司

娱乐营销

东阳伯乐影视服务有限公司
湖南社记文化传媒有限公司
深度传播集团
北京微梦酷娱广告有限公司
乐动互联信息技术(北京)有限公司
广东想象力品牌管理有限公司
昌荣传媒股份有限公司
苏州大禹数字文化科技集团有限公司
北京时空视点整合营销顾问有限公司

上海前景传媒股份有限公司
爱奇艺体育
MUSINESS音乐元宇宙
Carnivo
道有道科技集团股份有限公司
CCE集团
iPlus 艾加营销
上海博丞品牌策划有限公司
天津年年有娱信息技术有限公司

文明广告
广东电声市场营销股份有限公司
酷娱传播
北京鱼得水营销顾问有限公司
微博
32亿创意传播
无忧传媒
NPLUS Digital

内容营销

内容营销

游戏营销

网易云商（杭州网易智企科技有限公司旗下品牌） 苏州大禹数字文化科技集团有限公司	武汉市幸运坐标信息技术有限公司 南京比夫网络科技有限公司 成都星跃文化传媒有限公司	盛天网络 上海有料广告有限公司 微博
--	---	--------------------------

体育营销

乐动互联信息技术(北京)有限公司 爱奇艺体育	iPlus 艾加营销 SPORTFIVE	广东电声市场营销股份有限公司 浙文互联
---------------------------	-------------------------	------------------------

触点和内容

电商营销

综合电商

- | | | |
|------------------|------------------|--------------|
| 元钛（福建）数字科技股份有限公司 | 广州探域科技有限公司 | 群邑 |
| 北京恒通盛世广告传媒有限公司 | 杭州阿里巴巴海外网络科技有限公司 | 京东 |
| 深圳图星科技网络有限公司 | 上海幼狮文化传播有限公司 | 北京时代飞鹰科技有限公司 |
| 杭州缙苏网络信息有限公司 | 上海瑞狮网络科技有限公司 | 无忧传媒 |
| 德力西电气 | 上海剧星传媒股份有限公司 | 阿里巴巴 |
| 深圳市普方立民科技有限公司 | 鹏泰电商 | |

生鲜电商

- | | | |
|------|------|------|
| 叮咚买菜 | 天天果园 | 美团买菜 |
| 天猫超市 | 盒马鲜生 | |

私域电商

- | | | |
|--|------------|------|
| 深圳市普方立民科技有限公司
爱点击集团iClick (NASDAQ:ICLK) | 北京智颖科技有限公司 | 鹏泰电商 |
|--|------------|------|

小程序电商

- | | | |
|------------------------------|------------------------------|------------|
| 广东智慧魔方科技有限公司
广州携旅信息科技有限公司 | 上海门吾广告有限公司
得效（上海）数字科技有限公司 | 中企动力
有赞 |
|------------------------------|------------------------------|------------|

会员电商

- | | | |
|------------|----------|-----|
| 环球捕手
素店 | 云集
贝店 | 达令家 |
|------------|----------|-----|

团拼购

- | | | |
|----------------|-----|-----|
| 广东电声市场营销股份有限公司 | 拼多多 | 千团汇 |
|----------------|-----|-----|

直播电商

- | | | |
|------------------|-------------------------------|-----------------|
| 云智科技 | 南京大可家网络科技有限公司 | 河南大河全媒体广告集团有限公司 |
| 北京微梦酷娱广告有限公司 | 北京艺恩世纪数据科技股份有限公司
(简称：艺恩数据) | 北京二咖传媒文化有限责任公司 |
| 广州友友传媒科技有限公司 | 北京明亮的星文化传媒有限公司 | 杭州碧橙数字技术股份有限公司 |
| 博拉网络股份有限公司 | 河北树蝉文化传媒有限公司 | 派瑞威行 |
| 成都稻米互动科技有限公司 | Majorel迈睿中国 | 酷娱传播 |
| 广州天泓文化传媒投资有限公司 | 重庆麦芽传媒有限公司 | 蓝色宇宙 |
| 广州予之文化科技有限公司 | 浙江超品智众数字科技有限公司 | 南京小灿灿网络科技有限公司 |
| 深圳市快美妆科技有限公司 | 鹏泰电商 | 北京时代飞鹰科技有限公司 |
| 苏州大禹数字文化科技集团有限公司 | 上海安瑞信杰数字科技有限公司 | 快手 |
| 南京硅基智能科技有限公司 | 数说故事 | 天下网商 |
| 北京智颖科技有限公司 | 白兔控股 | 上海博观瑞思传媒科技有限公司 |
| 广东茉莉数字科技集团股份有限公司 | | |

触点和内容

电商营销

电商分析

Analytic Partners 勤讯咨询	加和科技	鲲驰集团
北京微方程科技有限公司	上海传创数码科技有限公司	明略
浙江超品智众数字科技有限公司	杭州碧橙数字技术股份有限公司	

电商广告营销

重庆市易平方科技有限公司	灵狐科技	鲲驰集团
云知数	广州市原象信息科技有限公司	京准通
河南日辰集团	北京微方程科技有限公司	爱奇艺
北京一多奇思信息科技有限公司	上海璞康数据科技（集团）有限公司	杭州奥赞网络科技有限公司
凯丽隆（上海）软件信息科技有限公司	鹏泰电商	天下网商
江西省众灿互动科技股份有限公司	加和科技	汇智数字科技控股（深圳）有限公司
深圳图星科技网络有限公司	河南大河全媒体广告集团有限公司	
广东茉莉数字科技集团股份有限公司	杭州碧橙数字技术股份有限公司	

数字钱包

北京易通峰联信息技术有限公司	微信支付	云闪付
翼支付	支付宝	

零售营销

鹏泰电商	大门互动	索信达
------	------	-----

店铺管理

河南大河全媒体广告集团有限公司	拼多多	汇来米
鲲驰集团	千牛	

电商运营

北京一多奇思信息科技有限公司	广东茉莉数字科技集团股份有限公司	上海安瑞信杰数字科技有限公司
深圳图星科技网络有限公司	北京沃姆互动行营销策划有限公司	杭州碧橙数字技术股份有限公司
蝉管家	重庆麦芽传媒有限公司	鲲驰集团
灵狐科技	浙江超品智众数字科技有限公司	SAP
南京大司家网络科技有限公司	上海璞康数据科技（集团）有限公司	上海博观瑞思传媒科技有限公司
佩利安数字科技（北京）有限公司	道有道科技集团股份有限公司	汇智数字科技控股（深圳）有限公司

电商出海

蓝瀚互动-鲁班跨境通	Engagelab	京东出海营销平台
亿动广告传媒	行云集团	SAP
Analytic Partners 勤讯咨询	Marketin	

触点和内容

数字触点

视频

深圳市博图嘉成数字传媒有限公司 Tone · 同玺 北京微梦酷娱广告有限公司 深圳乐播科技有限公司 凤凰网 美洋数字传播有限公司 广东想象力品牌管理有限公司 橙意机构 (I-Orange) 爱奇艺体育 青岛天歌广告有限公司	武汉微思敦网络技术有限公司 上海剧星传媒股份有限公司 北京风行在线技术有限公司 元圆科技 上海博丞品牌策划有限公司 北京飞扬广告有限公司 上海思湃广告有限公司 你好品牌咨询 念初 爱奇艺	文明广告 酷娱传播 搜狐视频 成都西岭公共关系顾问有限公司 B站 芒果TV 咪咕视讯 腾讯视频 优酷 梯影传媒
--	--	--

短视频

重庆市易平方科技有限公司 广州阿海德数字科技有限公司 凯丽隆 (上海) 软件信息科技有限公司 致维科技 (北京) 有限公司 亿动广告传媒 上海带敢文化传播有限公司 博拉网络股份有限公司 美洋数字传播有限公司 广州市玛雅文化传播有限公司 广州予之文化科技有限公司 深圳市快美妆科技有限公司 南京硅基智能科技有限公司 南京大可家网络科技有限公司 中国广视索福瑞媒介研究有限责任公司	上海翊喜广告有限公司 青岛天歌广告有限公司 重庆麦芽传媒有限公司 元美科技 (北京奇幻奇遇科技有限公司) 道有道科技集团股份有限公司 奇光传媒 北京风行在线技术有限公司 沸点视频 元圆科技 江西省懿世文化传媒有限公司 白兔控股 上海博丞品牌策划有限公司 上海思湃广告有限公司 念初	上海有料广告有限公司 广西麦捷广告传媒有限公司 蓝色星合 杭州奥赞网络科技有限公司 锋瑞传媒 (山西) 有限公司 南京小灿灿网络科技有限公司 无忧传媒 深圳市信广龙广告有限责任公司 武汉初度文化传媒有限公司 杭州小锣号网络科技有限公司 快手 梨视频 (新梨视)
---	---	---

融媒体

凤凰网 昌荣传媒股份有限公司 清博智能 中国广视索福瑞媒介研究有限责任公司	锋瑞传媒 (山西) 有限公司 央视视频 浙江广电	中国广电 梯影传媒 江苏新华新消费文化传媒有限公司
--	--------------------------------	---------------------------------

综合资讯

凤凰网 阿里巴巴集团旗下超级汇川广告平台 一点资讯	凤凰FM 知乎 搜狐新闻	腾讯新闻 网易新闻
---------------------------------	--------------------	--------------

垂直媒体

凤凰网 爱奇艺体育 虎啸传媒 盛天网络 宝宝树	MetaPost PAGEX Keep 爱卡汽车 马蜂窝	太平洋汽车 太平洋时尚网 新浪乐居 易车网 美柚
-------------------------------------	--	--------------------------------------

应用工具

深圳乐播科技有限公司 广州欢网科技有限责任公司 上海七猫文化传媒有限公司 OPPO营销平台	瓴羊智能科技有限公司 科大讯飞 当贝 快看漫画	美图 美柚
--	----------------------------------	----------

触点和内容

电商营销

智能户外

新潮传媒集团
VIOOH
华铁传媒集团有限公司
丰巢互动媒体有限公司
分众传媒集团

北京风行在线技术有限公司
瓴羊智能科技有限公司
德高广告（上海）有限公司
梯影传媒

凤凰都市传媒
梯之星
华语传媒
菜鸟驿站

物联网营销

丰巢互动媒体有限公司
小米商业营销

小米
百度

华为
梯影传媒

本地生活

拉扎斯网络科技（上海）有限公司北京分公司
广州携旅信息科技有限公司

南京大可家网络科技有限公司
河南大河全媒体广告集团有限公司
北京时代飞鹰科技有限公司

滴滴出行
豆果
江苏新华新消费文化传媒有限公司

信息流

河南日辰集团
凯丽隆（上海）软件信息科技有限公司
致维科技(北京)有限公司
博拉网络股份有限公司

开域集团
武汉市幸运坐标信息技术有限公司
上海七猫文化传媒有限公司
武汉微思敦网络技术有限公司

上海剧星传媒股份有限公司
道有道科技集团股份公司
一点资讯
阿里妈妈

音频

MUSINESS音乐元宇宙

喜马拉雅

触点和内容

智能硬件营销

智能终端

广州欢网科技有限责任公司	加和科技	联想
南京开为网络科技有限公司	科大讯飞	荣耀
小米商业营销	萤若科技	三星
契胜科技	华为	微软
OPPO营销平台	戴尔集团	英特尔
河北三川科技有限公司	华硕	
北京风行在线技术有限公司	惠普	

智能大屏（OTT）

重庆市易平方科技有限公司	聚好看科技股份有限公司	海尔
北京壹通佳悦科技有限公司	北京风行在线技术有限公司	海信
北京宓唐文化发展有限公司	加和科技	华数
深圳乐播科技有限公司	嗨普	康佳
广州欢网科技有限责任公司	爱奇艺	电视猫
昌荣传媒股份有限公司	精准阳光	长虹
深圳市酷开网络科技股份有限公司	元钛科技	萤若科技
中国广视索福瑞媒介研究有限责任公司	百视通	
小米商业营销	创维	

触点和内容

元宇宙营销

数字人

北京海百川科技有限公司	江苏汇智智能数字科技有限公司	文明广告
华院计算技术（上海）股份有限公司	北京本邦科技股份有限公司	浙文互联
博拉网络股份有限公司	上海春及文化传媒发展有限公司	蓝标传媒
世优（北京）科技有限公司	元美科技（北京奇幻奇遇科技有限公司）	蓝色宇宙
清博智能	百度营销	泰坦数科
南京硅基智能科技有限公司	网易	科大讯飞
武汉市幸运坐标信息技术有限公司	北京森博明德营销管理顾问股份有限公司	锋瑞传媒（山西）有限公司
北京依众时代科技有限公司	司	锋瑞传媒（山西）有限公司
上海随幻智能科技有限公司	元圆科技	广州中康数字科技有限公司
MUSINESS音乐元宇宙	优力互动	萤若科技
Honnverse虹宇宙	搜狐	蚂蚁数字科技
河北三川科技有限公司	迪思传媒	

数字藏品

上海任意门科技有限公司	MUSINESS音乐元宇宙	上海传创数码科技有限公司
北京宓唐文化发展有限公司	Honnverse虹宇宙	凰家艺品
北京海百川科技有限公司	TopHolder头号藏家	河南大河全媒体广告集团有限公司
易链星云（北京）科技有限公司	华扬联众数字技术股份有限公司	浙文互联
广州携旅信息科技有限公司	上海春及文化传媒发展有限公司	蓝色宇宙
上海介陌广告传媒有限公司	百度营销	万翼科技
唯艺（杭州）数字技术有限责任公司	网易	蚂蚁数字科技
上海咖菲信息科技有限公司	北京森博明德营销管理顾问股份有限公司	

虚拟空间

蓝标传媒BlueNeo国际元宇宙	唯艺（杭州）数字技术有限责任公司	北京森博明德营销管理顾问股
北京海百川科技有限公司	泰瑞数创科技（北京）股份有限公司	份有限公司
到达未来（海南）元宇宙科技有限公司	元象XVERSE	赛博大象集团
北京殷芸聚合科技有限公司	上海随幻智能科技有限公司	360集团
阿里元境	Honnverse虹宇宙	凰家艺品
世优（北京）科技有限公司	NDN Group 恩添安市场营销策划（上	蓝色宇宙
清博智能	海）有限公司	泰坦数科
电通创意 DENTSU CREATIVE	元美科技（北京奇幻奇遇科技有限公司）	萤若科技
上海介陌广告传媒有限公司	百度营销	万翼科技
网易瑶台	网易	蚂蚁数字科技

沉浸式体验技术

蓝标传媒BlueNeo国际元宇宙	上海随幻智能科技有限公司	上海水晶石数字科技有限公司
北京海百川科技有限公司	Honnverse虹宇宙	河南华禾传媒集团有限公司
世优（北京）科技有限公司	元美科技（北京奇幻奇遇科技有限公司）	蓝色宇宙
上海咖菲信息科技有限公司	百度营销	梯影传媒
北京依众时代科技有限公司	网易	万翼科技

触点和内容

直销营销

营销自动化

LinkFlow	百应科技	360集团
鹊桥	爱点击-iParllay爱信来	Marketin
网易外贸通	上海光潏网络科技有限公司	广东电声市场营销股份有限公司
众安信息技术服务有限公司	Merkle 美库尔	北京昊明数科营销顾问有限公司
珍岛集团Marketingforce	OPPO营销平台	科大讯飞
亿动广告传媒	极光	北京诸葛云游科技有限公司
上海酷量科技有限公司	Engagelab	SAP

地理位置营销

极光	微信	特劳特
美团		

电子邮件营销

网易外贸通	Engagelab	SAP
极光	Marketin	

短信营销

极光	创世漫道	凌渡科技
Engagelab		

电话营销

百应科技	得助智能	维音数码
智齿科技		

会议营销

赛诺贝斯（北京）营销技术股份有限公司 成都西岭公共关系顾问有限公司	盖士品牌管理有限公司 广州布洛广告有限公司	北京二六三企业通信有限公司
--------------------------------------	--------------------------	---------------

目标客户营销

赛诺贝斯（北京）营销技术股份有限公司	北京百炼智能科技有限公司	极光
--------------------	--------------	----

触点和内容

搜索营销

搜索引擎营销

致维科技(北京)有限公司	苏州闻道网络科技股份有限公司	阿里巴巴集团旗下超级汇川广告平台
中企高呈（北京）科技有限公司	上海雍熙信息技术有限公司	百度营销
广州探迹科技有限公司	博之林传媒集团	利欧集团数字科技有限公司
昌荣传媒股份有限公司	Merkle 美库尔	360集团
爱点击·iParllay爱信来	华扬联众数字技术股份有限公司	群邑
北京美通互动数字科技股份有限公司	耐特康赛网络技术（北京）有限公司	思恩客
佩利安数字科技（北京）有限公司		万翼科技
上海前景传媒股份有限公司		武汉初度文化传媒有限公司
猎居网络科技（上海）有限公司		

平台站内搜索引擎

广州探迹科技有限公司	百度营销	微盟
苏州闻道网络科技股份有限公司		

鸣谢

感谢以下专家与人员参与2023版生态图的制作

秒针系统总裁 赵洁

秒针营销学院院长 谭北平

秒针营销科学院高级总监 王云

秒针营销科学院市场副总监 张慧

虎啸传媒数字营销市场主编 杨猛

虎啸传媒数字营销市场内容总监 刘照龙

虎啸传媒数字营销市场资深编辑 王钰祺

虎啸传媒视觉总监 王伟博

联系我们

虎啸传媒: wlx@hooxiao.com

秒针营销科学: tracy.zhang@miaozen.com



关注公众号，后台回复“2023报告”
获取高清图谱电子版



2023

中国数字营销生态图 年度解读

CHINA DIGITAL MARKETING LANDSCAPE
INSIGHT REPORT



数字营销市场
微信公众号



秒针营销科学院
微信公众号

Copyright© 2023

虎啸传媒/秒针营销科学院

Version 202311