

VIP-1C9U 会员专享福利系列专题之数字营销篇 2018 年 9-11 月，值得收藏的

36 份报告

【会员限时免费喽！全套都免费！！】

会员专享福利系列专题之数字营销篇】

本批次精选报告中，重点在数字营销领域。知识点包括移动社交营销、新零售与零售行业消费调查、品牌营销和内容营销、汽车行业及奢侈品行业等。希望对您学习工作有所帮助。

报告列表

- 新时代的中国消费者互动模式 腾讯&BCG
-
- 2019 年新闻，媒体和技术趋势报告 Future Today Institute
-
- 2018 年全球消费者洞察调查中国报告 普华永道
-
- 2018 年全球最有价值品牌榜 Interbrand
-
- 2018 中国零售商超全渠道融合发展年度报告 京东&腾讯
-
- 2018 年首席营销官(CMO)调查 MMA
-
- 2018 电商消费趋势报告 京东&鲸准研究院
-
- 2018 中国营销人现状洞察及精进指南 领英
-
- 2018 全球数字经济发展指数 阿里研究院&毕马威
-
- Intel: 5G 娱乐经济报告 Intel
-
-

5G 重塑行业应用 德勤

-
-

2018 数字化转型之道 新华三

-
-

2018 研究前沿 科睿唯安

-
-

2018 数字社会指数(中国版) 电通安吉斯

-
-

掀风破浪——中国电商发展新动能 Wavemaker

-
-

2018 微博电商白皮书 新浪微博数据中心

-
-

2018 年微信内容电商报告 新榜

-
-

年轻的中国消费者改写奢侈品数字化战略 腾讯&BCG

-
-

2018 中国数字营销行业图谱 秒针营销

-
-

中国媒介市场概览-2018 上半年回顾 群邑智库

-
-

2019 中国家庭大屏产业生态发展白皮书 尼尔森&群邑

-
-

2018 中国媒体市场趋势 CTR

-
-

2018 红人影响力白皮书 克劳锐

-
-

中国女子力调查报告 凯络

-
-

2018 年三四线用户内容消费洞察报告 酷鹅

-

-
- 2017-2018 创意中插广告市场白皮书 艺恩
-
-
- 2018“椒绿”人群研究报告 360
-
-
- 2018“懒宅经济”洞察报告 QuestMobile
-
-
- 2018 餐饮新零售研究报告 亿欧&口碑
-
-
- 2018 抖音企业品牌营销分析报告 洋葱智库
-
-
- 消费升级下，烘焙行业发展趋势及成功路线 普华永道
-
-
- 未来汽车行业价值链-2025 年以后 德勤
-
-
- 2018 汽车内容产业生态报告 易车
-
-
- 优秀内容背后的科学规律 领英
-
-
- 2018 城市文旅新引力排行榜 新一线城市研究所
-
-
- 2018 上半年移动媒介概览 群邑智库
-

新时代的中国消费者互动模式

【腾讯&BCG】移动社交成为中国消费者个人关系管理的中枢；生活/购物与互动社交的多维需求高度交织融合，呼唤崭新体验。移动社交使得销售终端对顾客的服务能力 9-10 倍提升；领先品牌积极尝试、拥抱移动社交，实现销售业绩 10-30%提升。

2019 年新闻，媒体和技术趋势报告

【今日未来研究所】人工智能不是技术趋势，它是计算的第三个时代。它不仅仅适用于故事生成。您将看到本报告中许多趋势所代表的 AI 生态系统，所有决策者和团队都熟悉当前和新兴的 AI 趋势至关重要。混合现实生态系统已经增长到足以让我们现在看到媒体组织即将面临的具体机会。从沉浸式视频到可穿戴技术，新闻和娱乐媒体组织应该开始为新型设备和平台制定战略。

2018 年全球消费者洞察调查中国报告

【普华永道】中国零售市场预计将在今年超过 23 万亿美元，并且仍在以美国平均增长率的近 2 倍快速扩张。不久的将来，中国零售市场的规模将很快超过美国。这一发展势头的重要驱动力之一就是电商模式，作为全球零售业关注的焦点，中国电商市场独领风骚，其增长速度令任何其他国家都无法比肩。

2018 年全球最有价值品牌榜

【Interbrand】 Apple（苹果）和 Google（谷歌）自 2013 年以来连续第六年分别蝉联该榜单冠军和亚军，Apple 品牌价值同比增长 16%至 2145 亿美元，Google 品牌价值则同比增长 10%，至 1555 亿美元。华为（Huawei）今年连

续第五年上榜，品牌价值同比增加 14%至 76 亿美元，从去年的第 70 名攀升至第 68 名。

2018 中国零售商超全渠道融合发展年度报告

【京东&腾讯&沃尔玛】跨平台的数据分析显示，伴随着消费者年轻化、消费实力增强、追求高质量消费以及消费潜力下沉等特点，零售商超开启了新一轮的自我升级和迭代，行业进入了线上线下融合的新阶段。基于全面的开放，线上线下在客群、场景、渠道方面充分互补，以消费者为核心的创新和组合全面提升了体验感、便利性。

2018 年首席营销官(CMO)调查

【电通安吉斯&MMA】报告显示，全球有三分之二的营销人员预计未来 12 个月的营销预算将会增加。然而，大型企业的营销预算增加更引人注目 – 43% 的受访者计划增加 5% 或更多，而只有 20% 的受访者预计预算会下降。其中技术，汽车和金融服务行业的 CMO 对于未来营销预算增加的信心最强。

2018 电商消费趋势报告

【京东&鲸准研究院】报告从 5 个不同视角划分了 15 类典型电商消费人群，得出 2018 年三大电商消费趋势——AI+效应、蝴蝶效应、绿色效应。京东 2018 电商消费趋势报告带你玩转电商新消费！

2018 中国营销人现状洞察及精进指南

【领英】营销人也不得不使自己变成十八般武艺俱全的“多面手”。既要懂得策划项目，也要能够衡量成效；既要具有仰望星空的审美，也要能脚踏实地的执行；邮件、线下、社交、搜索各渠道信手拈来；还要在内外合作伙伴间灵活应变而不忘业务目标的初心。

2018 全球数字经济发展指数

【阿里研究院&毕马威】中国在数字消费者分指数表现最为突出，排名全球第一。中国的数字消费者，不仅数量庞大，而且异常活跃。截至 2017 年 12 月，中国网民规模达 7.72 亿。在美国，电子商务用户渗透率达到 50%仅用了 14 年时间，而中国仅用了 9 年时间。

Intel: 5G 娱乐经济报告

【Intel】5G 用户的平均每月流量将从 2019 年的 11.7GB 增长到 2028 年的每月 84.4GB，届时视频将占有所有 5G 流量的 90%。2021-2028 预测将提供 1400 亿美元的累积收入，AR 和 VR 也可能为内容制作者提供一个全新的渠道来吸引消费者。

【德勤】该报告旨在探索 5G 在各个领域内的深度应用，展现 5G 商业模式创新，从而有效促进 5G 技术与其他各项新兴技术的融合，助力 5G 应用场景落地，拓展数字经济发展新空间，为产业链上的相关参与者及专业机构投资者提供参考。

2018 数字化转型之道

【新华三】数字化技术不仅改变了我们的工作与生活状态和习惯，更深层次的改变了经济的形态。而数字化转型不仅是一种潮流，更是很多企业未来生存和发展的必经之路。报告为广大身处转型大潮之中的政企用户提供了详细且行之有效的方法论。

2018 研究前沿

【科睿唯安&中国科学院】报告不仅遴选出了 2018 年自然科学和社会科学的 10 个大学科领域排名最前的 100 个热点前沿和 38 个新兴前沿，还将评估美国、英国、德国、法国、中国和日本等国家在诸多前沿的贡献和潜在发展水平。

2018 数字社会指数(中国版)

【电通安吉斯】该报告与牛津经济研究院合作，衡量了全球十大经济体在数字经济方面的发展状况。全球版报告在今年早些时候已经发布，今天发布的中国版报告专注中国市场，内容涵盖之前未披露的中国市场数据和情况。

掀风破浪——中国电商发展新动能

【Wavemaker】消费者预期未来会增加网购花费的品类越来越多。电商渠道让品牌进入市场变得更加容易和快速。因而，从服饰、零食饮料到保健品、宠物用品，电商的品类覆盖正不断延展。对消费者而言，只要是网购过的品类，他们几乎都愿意在未来购买更多。

【新浪微博数据中心】报告对微博平台庞大的网络兴趣用户画像、消费特征展开剖析，同时分析了微博电商蓝v的影响力、传播力、内容特征及营销案例，对电商行业的微博运营和营销具有指导意义。

2018 年微信内容电商报告

【新榜】2017 年公众号 500 强单篇平均阅读数与 2016 年相比下 9.3%，全样本单篇平均阅读数下降 24.2%。2016-2017 年，中国网络购物用户规模增速开始放缓。电商平台纷纷开展社区化、内容化战略，通过各类型内容增加用户时间与销售转化率。

年轻的中国消费者改写奢侈品数字化战略

【腾讯&BCG】新一代奢侈品消费的主力军非常年轻，约 58% 是 18-30 岁的年轻人，受教育程度集中在本科及以上学历，女性消费者比例达 71%。超过 50% 的消费者生活在中国前 15 大城市以外，分布于二线、三线及更低线城市。

2018 中国数字营销行业图谱

【秒针营销科学院】该行业图谱从不同维度描绘了中国数字营销生态的运作体系，梳理了对于数字营销的认识和思维框架。通过这三张图，我们希望能够减少行业信息的不对称，帮助广告主构建从顶层设计到落地的可执行框架，更为有效地布局数字营销战略。

中国媒介市场概览-2018 上半年回顾

【群邑智库】报告从消费者媒体使用场景、内容、形式和渠道的角度出发，覆盖家庭大屏，数字文娱、信息流媒体、传统媒体和新零售领域，从广告投放量、用户媒体使用行为、媒体价值与营销创新方向、互联网巨头布局特点等多方面深入分析媒介市场各领域的发展现状及趋势。

2019 中国家庭大屏产业生态发展白皮书

【尼尔森&群邑中国】2018年，92.3%的受访者每周都接触到视频类媒体，较2017年环比增长了2.8%。其中，移动手机端周触达整体大幅提升，家庭电视大屏周触达也同样较前一年稳中有升。这表明用户面对多样化选择，在各类视频媒体中找到了新的平衡点。收看时间上，家庭大屏用户平均每天视频内容接触时长约5小时。

2018 中国媒体市场趋势

【CTR】从媒介进化的角度来看，媒介经由口头传播、文字传播进入印刷传播、电波传播、影像传播、互联网传播时代，传播形式越来越多样化。互联网的出现使中国媒体格局快速进入了一个巨变的时代，因为互联网几乎涵盖了现有所有媒体的传播方式。

2018 红人影响力白皮书

【克劳锐】从红人经济发展背景、红人影响力及现有挑战和红人经济发展趋势三个方面，综合概述红人经济市场，带你全面了解红人营销的强大魅力。当“互联网”成为一种工具，当网络营销成为一种新的渠道，“内容营销”的概念开始崛起并被众多企业所接受和实践。

中国女子力调查报告

【凯络】当今中国，有许多声音在引导“女性角色”的重新定义，社会主流也越来越积极地参与其中。然而现代“女性角色”已经不再只是一个单一的标注或者能为一句“更独立更强大”的空话所能概括，不同的人在不同的场合下提起“女性角色”往往蕴含着生理层面和社会层面的多重意义。

2018 年三四线用户内容消费洞察报告

【酷鹅用户研究院】接地气的泛娱乐内容在三四线地区更有市场：三四线用户对心灵鸡汤、搞笑段子、情感/两性、猎奇故事、娱乐八卦等接地气的泛娱乐内容更关注，内容消费的杀时间和休闲娱乐诉求更强。短视频成为三四线用户内容消费新形式：近五成三四线用户喜欢看短视频资讯。

2017-2018 创意中插广告市场白皮书

【艺恩】在过去的几年中，2017 年成为市场的高点，整体规模达到 30 亿人民币，进入 2018 年，由于品牌商结构变化及爆款内容的减少，艺恩根据行业数据及行业深访估算，创意中插市场规模或将回调至 20 亿，在此过程中，市场各方的协作变得更加成熟，同时也显现出市场发展存在的一些问题及趋势。

2018“椒绿”人群研究报告

【360】没生孩子的被催孩、单身税焦虑，有孩子的看到抢孩子新闻也焦虑股市跌了，有人说“股市一片绿比自己头顶一片绿还让人难受”今天戴森卷发棒

又刷屏了，有人留言“我缺的是卷发棒吗？我缺的是头发”“左手鸭梨，右手椒绿”成为人们的真实写照。

2018“懒宅经济”洞察报告

【QuestMobile】“懒经济”中，外送需求显著高于上门服务，尤其是外卖，过去一年，外卖服务用户中 24 岁以下年轻人增加了 1000 万、男性用户增加了 1400 万，贡献量巨大，而生鲜电商，则在二三线城市出现显著增长；“宅经济”中，宅文化向 30 岁以上人群蔓延。

2018 餐饮新零售研究报告

【亿欧&口碑】此份报告通过对餐饮行业深入的访谈与观察，给出了餐饮新零售的定义，从技术和企业模式两个维度具体分析了餐饮与零售这两个行业在融合的过程中发生的变化，并对餐饮新零售未来的发展趋势进行了探讨。

2018 抖音企业品牌营销分析报告

【洋葱智库】抖音用户群中男性的比例达到 60%，远超过女性用户所占比。而另外在其用户群体中，60%的用户接受过本科及以上的教育，这也进一步抬升了抖音用户的高端性。在用户的年龄占比中，30 岁以下为 52.26%，几乎与 2017 年网民年龄结构数据的 52.9%持平。

消费升级下，烘焙行业发展趋势及成功路线

【普华永道】“喜茶”、“奈雪的茶”等新锐网红面包店大举融资，面包、蛋糕等烘焙食品已然成为了当下食品和饮料行业的弄潮儿。虽然经济趋缓的大环境对食品与饮料行业的增速有所影响，但烘焙食品作为一种“舶来品”，在中国市场上正在经历高速增长，是一个“年轻成长型”行业。

未来汽车行业价值链-2025 年以后

【德勤】探讨在如今诸多不确定性的时代，推动未来价值链发展的最为重要的驱动因素，以及汽车行业领导者要如何做出投资决策，以便在市场需求出现时具备相应的专业技术、生产能力和稳定的供应链。

2018 汽车内容产业生态报告

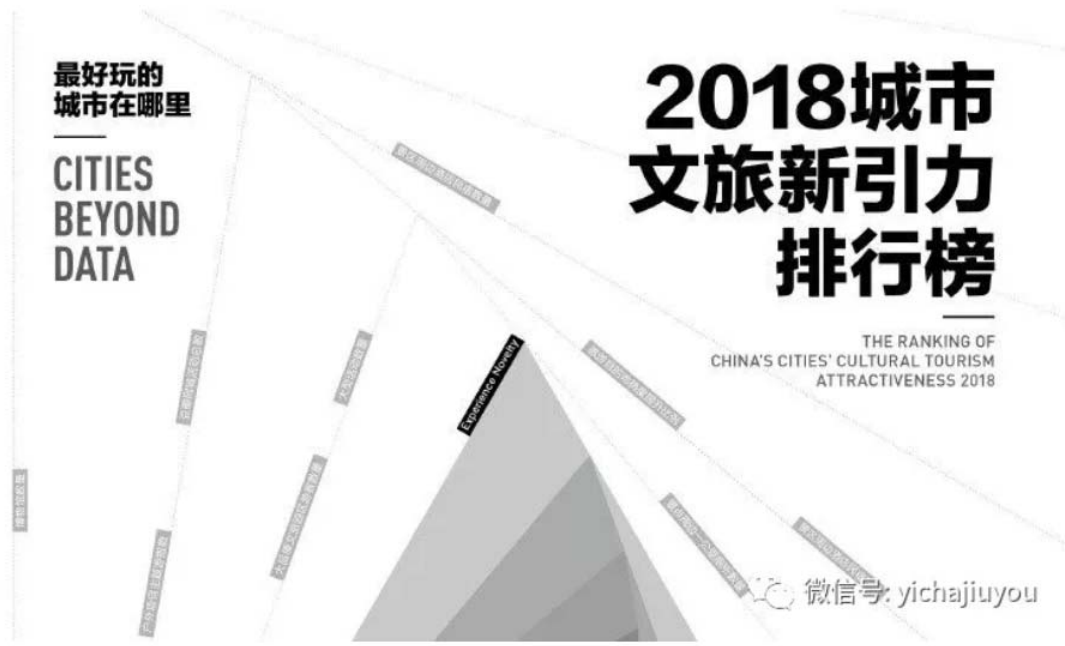
【易车&新榜研究院】报告中首次提出“汽车内容产业”概念，即生产、传播和销售汽车内容产品及其服务的产业。它融合创作者、平台、用户以及第三方服务商等多个主体，包含图文、音频、视频等多种介质的内容产品，以及广告、电商、版权、知识付费等多种形式的营销服务。

优秀内容背后的科学规律

【领英】用科学的方法总结出高质量内容背后所运用的创作技巧。衡量内容传播性和权威性的指标；内容公式五个核心元素- 内容话题、标题、格式、类型和长度；如何调整内容的五个变量元素，提升内容的传播性和权威性；内容公式在不同行业中的变化规律。

2018 城市文旅新引力排行榜

【新一线城市研究所】为了吸引人们来旅游，不少城市政府热衷于在抖音上开通官方账号，鼓励本地人上传视频。那些和当地文化或是城市风貌相关的视频总是有很高的传播量—游客到重庆必去的洪崖洞现在也成了抖音上最具地域辨识度的视频画面。



何获取 1C9U 资料?
【商业情报，一查就有】

非会员：

需要某份资料直接转发分享朋友圈后给我文件名即可

如需全套，扫码付款加入 1C9U 会员大家庭即可

【更多会员福利，扫码可见~】：

会员：

免费。

需要的话，直接小窗宝哥：36 份精选报告或 20181123 即可。

如需添加宝哥微信：13611849928

请验证：报告。

。。。不断更新中。。。。

以上任意单份资料皆可免费，扫码联系宝哥微信 13611849928 即可获取！



扫码验证：**报告**。添加成功后请直接发文件名即可，无需多言！