

2025-2031年中国微信营销 行业趋势分析与投资策略报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2025-2031年中国微信营销行业趋势分析与投资策略报告》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.bosidata.com/report/P74380RTDT.html>

【报告价格】纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

【出版日期】2025-07-04

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明: 《2025-2031年中国微信营销行业趋势分析与投资策略报告》由权威行业研究机构博思数据精心编制,全面剖析了中国微信营销市场的行业现状、竞争格局、市场趋势及未来投资机会等多个维度。本报告旨在为投资者、企业决策者及行业分析师提供精准的市场洞察和投资建议,规避市场风险,全面掌握行业动态。

第一章背景与现状篇1.1 微信营销的概念界定1.1.1 移动互联网的定义(1) 移动互联网的定义(2) 移动互联网的业务体系(3) 移动互联网的入口分析1.1.2 移动营销的定义(1) 移动营销的定义(2) 移动营销的分类1.1.3 微信营销的定义1.2 微信营销的背景分析1.2.1 微信营销的社会背景(1) 参与性时代到来,消费者合作化趋势增强(2) 移动端网民规模迅猛增长,上网时长不断增加(3) 大传媒格局改变,移动广告行业快速发展1.2.2 微信营销的商业背景(1) 世界营销理念的变革及营销3.0革命(2) 移动电商市场规模迅猛增长(3) 传统行业与移动互联网的融合步伐加快1.2.3 微信营销的技术背景1.3 微信营销的现状分析1.3.1 微信营销价值分析(1) 企业为何要重视微信营销(2) 微信营销的优势解读(3) 微信的功能及营销价值分析1.3.2 微信用户情况分析(1) 微信用户数量分析(2) 微信用户属性分析(3) 微信用户行为分析1.3.3 微信公众平台发展现状分析(1) 微信公众平台重点功能的演变历程分析(2) 微信公众平台现有功能及营销价值解读(3) 微信公众账号的账号类别及功能比较分析1.3.4 微信营销模式分析(1) 第三方服务商营销模式(2) 企业自建自营模式第二章搭建与推广篇2.1 企业如何搭建微信公众平台2.1.1 企业如何选择微信公众账号(1) 微信公众账号的价值解读(2) 微信公众账号的运营模式分析(3) 企业如何在订阅号和服务号中选择(4) 订阅号和服务号如何实现完美转换(5) 微信单号、双号及矩阵策略2.1.2 企业如何设计微信公众号(1) 企业微信公众号的取名策略(2) 公众号自定义菜单的设计策略(3) 微信欢迎语的设计策略2.2 企业如何推广微信公众号2.2.1 微信公众账号的主要推广渠道分析(1) 非微信平台推广渠道分析(2) 微信平台推广渠道分析2.2.2 微信二维码推广策略及优秀案例(1) 微信二维码功能及营销价值解读(2) 微信二维码营销推广策略分析(3) 微信二维码推广优秀案例分析2.2.3 微信朋友圈推广策略及优秀案例(1) 微信朋友圈功能及营销价值解读(2) 微信朋友圈营销推广策略分析(3) 微信朋友圈营销优秀案例2.2.4 微信红包等促销推广策略及优秀案例(1) 微信红包等功能的营销价值解读(2) 微信红包等促销推广的策略分析(3) 微信红包等促销方式优秀案例分析2.2.5 其他微信推广策略及优秀案例(1) 微信漂流瓶推广策略及优秀案例(2) 微信LBS推广策略及优秀案例第三章运营维护篇3.1 企业微信公众号的日常运营与维护3.1.1 企业微信营销的整体运营规划分析(1) 企业如何设定微信营销目标(2) 企业如何制定微信整体营销方案(3) 企业如何总结阶段性营销效果并调整策略3.1.2 企业如何设计与发布微信营销内

容（1）用户关注微信公众号的目的分析（2）企业微信内容规划策略分析（3）微信热门内容设计策略分析（4）微信内容的写作技巧分析（5）微信内容推送时间的选择（6）微信内容设计与发布优秀案例

3.1.3 企业如何利用服务号提供客户服务（1）微信服务号的营销价值解读（2）微信服务号的应用模式分析（3）微信服务号的运营策略分析（4）服务号经典服务模式及优秀案例

3.1.4 企业如何利用订阅号提供客户服务（1）微信订阅号的营销价值解读（2）微信订阅号的应用模式分析（3）微信订阅号的运营策略分析（4）微信订阅号优秀服务案例解读

3.1.5 企业如何充分挖掘老客户的价值（1）企业如何利用老客户数据（2）企业老客户维护策略分析（3）微信老客户维护优秀案例

3.1.6 企业如何评估微信营销效果（1）企业如何利用客观数据评估微信营销（2）企业如何利用主观感受评估微信营销效果（3）微信营销效果评估的注意事项分析

3.2 企业如何通过微信营建品牌社群

3.2.1 企业品牌社群的形成原因与过程解读（1）企业品牌社群的形成原因解读（2）企业品牌社群的形成过程解读

3.2.2 企业营建微信品牌社群的策略及技巧（1）企业维护微信粉丝个体的策略分析（2）企业营建微信粉丝社区的策略分析（3）企业营建微信品牌社群的策略分析

3.2.3 企业营建微信品牌社群的优秀案例解读（1）粉丝个体维护阶段的优秀案例解读（2）粉丝社区互动阶段的优秀案例解读（3）品牌社群认同阶段的优秀案例解读

3.3 O2O思维如何助力企业微信营销

3.3.1 微信与移动O2O的适应性分析（1）移动O2O的实现模式概述（2）移动O2O思维的精髓解读（3）微信与O2O的适应性分析

3.3.2 预约定制模式及优秀案例（1）预约定制模式概述（2）预约定制模式的实现途径（3）预约定制模式优秀案例

3.3.3 微信会员积分模式及优秀案例（1）微信会员积分模式概述（2）微信会员积分模式的实现途径（3）会员积分模式优秀案例

3.3.4 优惠券促销模式及优秀案例（1）优惠券促销模式概述（2）优惠券促销模式优秀案例

3.4 大数据如何助力企业微信营销

3.4.1 微信的大数据基因解读

3.4.2 微信大数据的应用及运营策略（1）企业如何利用公众平台实现企业客户关系管理（2）企业如何利用微信社交实现企业社交关系链管理（3）企业如何利用LBS功能实现本地生活服务交易（4）企业如何基于用户行为分析进行精准推荐

第四章 行业案例篇

4.1 不同行业微信营销优秀案例解析

4.1.1 餐饮行业之食尚国味（1）企业基本信息分析（2）企业微信公众号分析（3）公众号自定义菜单分析（4）企业微信运营策略分析

4.1.2 酒店行业之维也纳酒店（1）企业基本信息分析（2）企业微信公众号分析（3）公众号自定义菜单分析（4）企业微信运营策略分析

4.1.3 商超百货之王府井百货集团（1）企业基本信息分析（2）企业微信公众号分析（3）公众号自定义菜单分析（4）企业微信运营策略分析

4.1.4 航空行业之南方航空（1）企业基本信息分析（2）企业微信公众号分析（3）公众号自定义菜单分析（4）企业微信运营策略分析

4.1.5 金融行业之招商银行（1）企业基本信息分析（2）企业微信公众号分析（3）公众号自定义菜单分析（4）企业微信运营策略分析

4.1.6 珠宝行业之卡地亚（1）企业基本信息分析（2）企业微信公众号分析（3）公众号自定义菜单分析（4）企业

微信运营策略分析图表目录
图表 1：移动互联网定义的各方观点
图表 2：移动互联网的业务体系
图表 3：移动互联网的入口分类情况
图表 4：移动互联网入口之争已深入到内容层
图表 5：移动营销的分类标准及具体类别
图表 6：表达性社交媒体和合作性社交媒体的特点更多图表
见正文.....

详细请访问：<http://www.bosidata.com/report/P74380RDT.html>