

2019

中国MarTech白皮书





目录 Contents

1. MarTech起源与发展
2. MarTech典型技术及平台
3. MarTech技术应用情况洞察
4. MarTech未来发展趋势

01



MarTech起源与发展

何谓MarTech?

生造词，即Marketing 和Technology的融合，特指利用技术手段实现营销目的的手段和工具

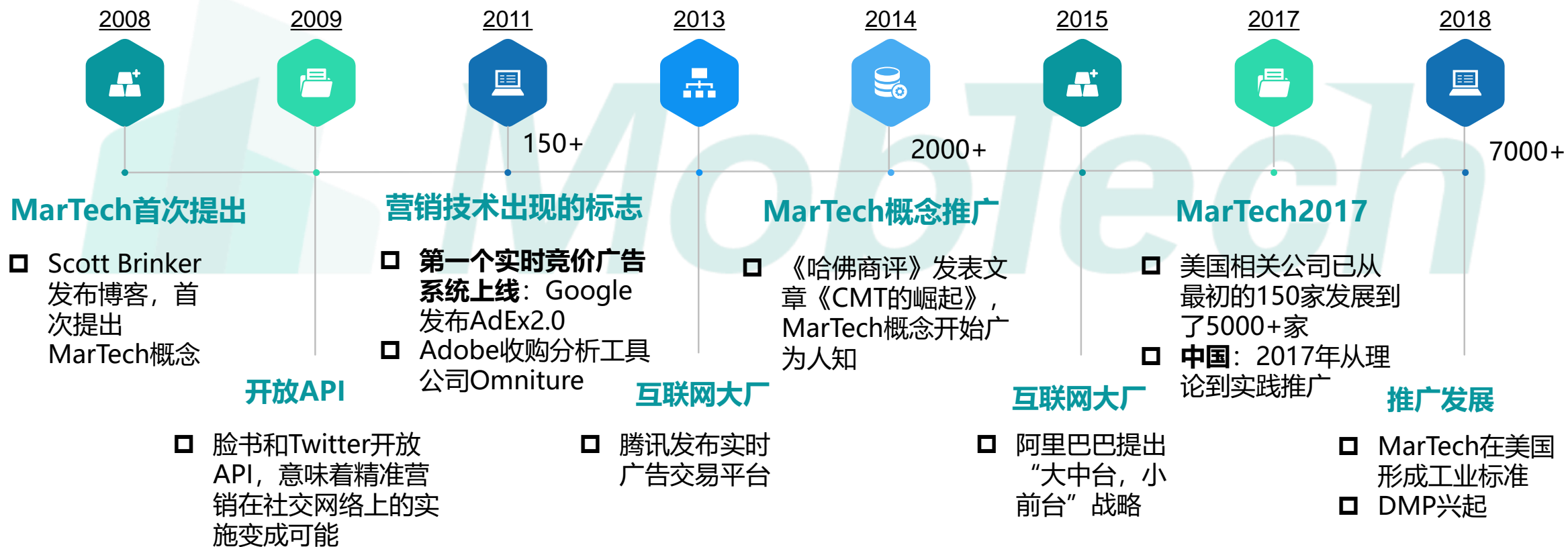


概念创始人
Scott Brinker

MarTech的重要发起人为营销达人（网红） Scott Brinker，他将MarTech解释的非常清楚：**Marketing Technology, Management**。其中的Management包括技术的管理，营销人员的管理等等。所以MarTech即营销技术，是一个被创造出来的新词汇，融合了技术与营销两大领域。根据他的定义，在营销的整个生态循环当中，能够用到的技术或者是软件，都是叫MarTech

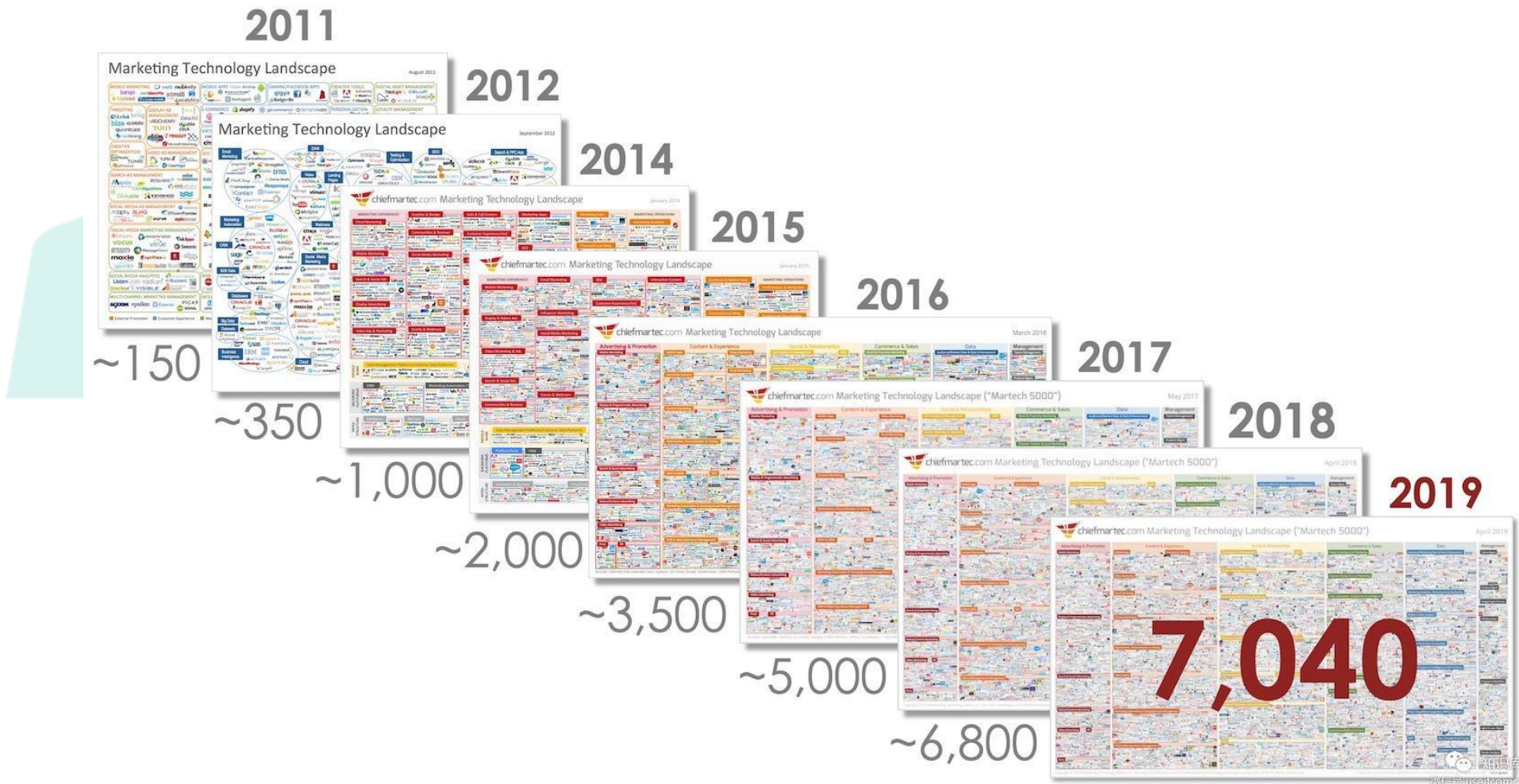
MarTech发展时间轴

2008年，MarTech概念第一次被提出，经过十多年的发展，当前美国MarTech发展已相对成熟。相对于美国，中国的MarTech市场刚刚兴起，2017年被称为中国MarTech元年



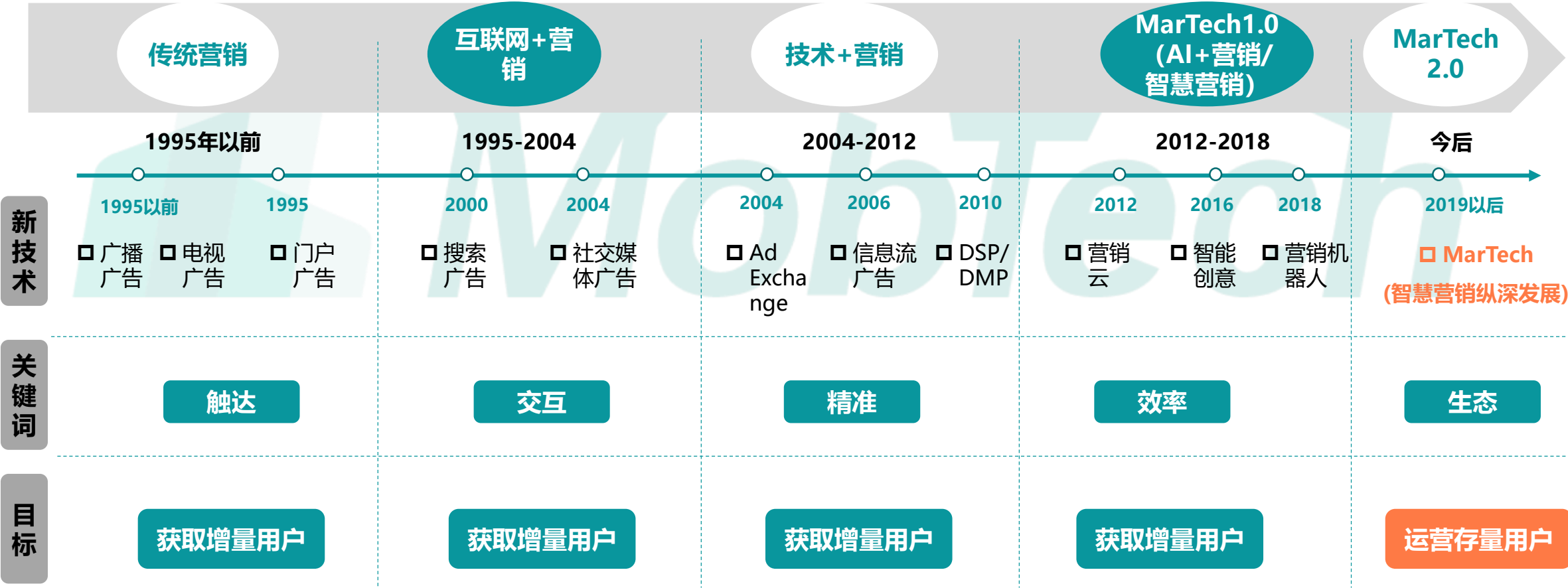
MarTech发展新动态

2019年4月4日，Scott Brinker在春季MarTech会议上发布了一年一度的《2019全球营销技术生态全景图》，在他认为当前全球MarTech企业已超7000家



国内营销行业正加速向 MarTech 方向迭代

国内营销行业经过传统营销阶段、“互联网+营销”阶段、“技术+营销”阶段、当前正处于“AI+营销/智慧营销”阶段，未来将加速向MarTech方向迭代



建设 MarTech 生态的重要力量—三大类型

巨头公司、传统营销公司以及细分垂直领域的营销技术公司

国内MarTech正处于从0到1的发展阶段

拥有海量数据巨头

该类公司依托自身资源 及技术优势发展智慧营销，其开拓出的营销新技术、新形态将引领行业发展方向，如

传统代理型营销公司

接近业务实体、具备丰富营销经验的传统代理型营销公司。该类公司接近业务实体，技术化的营销产品/服务更接地气

营销技术公司

细分垂直领域的营销技术公司（如 MobTech等）。该类公司技术出身且在垂直细分领域具备较大竞争优势

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_38101

