

中国手机广告市场发展现状及未来五年发展动向 研究报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《中国手机广告市场发展现状及未来五年发展动向研究报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/221351221351.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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。

二、报告目录及图表目录

第一篇 手机广告基篇

第一章 手机广告行业发展概述

第一节 广告简介

一、广告的意义

二、广告的本质特点和要素

三、广告的分类和主要形式

四、广告媒体

第二节 手机广告

一、手机广告特点

二、手机广告的划分

三、手机广告的主要功能

四、手机广告媒体

五、手机广告的特征

第二章 2014年国内外广告行业运行态势析

第一节 2014年世界广告业发展分析

一、世界广告媒体发展点评

二、世界广告业的逻辑发展轨迹解析

三、金融危机中对海外广告市场的影响分析

四、全球部分国家广告业运行动态分析

1、美国

2、日本、

3、英国、

4、俄罗斯、

第二节 2014年中国广告市场现状综述

一、中国广告业统计数据分析

二、中国广告业的产业组织结构解析

三、中国广告业规模跃居世界第二

四、广告市场上的外资发展分析

五、中国广告行业创意发展分析

第三节 2014年中国广告行业的发展分析

一、三大主流媒体广告收入状况

二、中国广告公司数量增速放缓

第三章 2014年世界手机广告业发展形势分析

第一节 2014年世界手机广告业发展分析

- 一、美国手机广告业发展分析
- 二、日本手机广告业发展分析
- 三、俄罗斯手机广告业发展分析

第二节 2014年世界手机广告市场需求分析

- 一、世界手机广告市场需求量分析
- 二、世界手机广告策划分析
- 三、国外企业进军中国市场情况
- 四、世界手机广告业竞争分析

第三节 2015-2020年世界手机广告市场发展趋势分析

第四章 2014年中国手机广告行业发展分析

第一节 2014年中国手机广告行业概况

- 一、中国手机广告发展历程
- 二、中国手机广告的产品类别
- 三、中国的手机广告产业的整合分析
- 四、跨行业合作形势下手机广告的优势

第二节 2014年中国手机广告市场发展现状

- 一、手机广告的投放特点
- 二、手机广告对用户消费的影响
- 三、手机广告发展形式分析
- 四、手机广告规范情况分析

第三节 2014年手机广告市场空间分析

- 一、中国手机广告市场规模
- 二、高校手机广告市场规模
- 三、手机广告市场规模预测

第五章 2014年中国手机广告产业运行环境分析

第一节 2014年中国宏观经济环境分析

- 一、中国gdp分析
- 二、消费价格指数分析
- 三、城乡居民收入分析
- 四、社会消费品零售总额
- 五、全社会固定资产投资分析
- 六、进出口总额及增长率分析

第二节 2014年中国手机广告产业政策环境分析

- 一、法律因素在手机广告发展中的作用

二、手机广告在高速发展中趋于健全规范

三、手机广告规范与发展的法律策略分析

第三节 2014年中国手机广告产业社会环境分析

一、手机普及与应用

二、手机广告受众群体庞大

第六章 2014年中国手机广告受众及投放分析

第一节 2014年手机广告的投放原因及特点

一、投放手机广告的原因

二、手机广告在广告媒体中的地位

三、手机广告接受度情况分析

四、制约手机广告发展的瓶颈

第二节 2014年中国手机广告受众分析

一、受众接触手机广告的黄金时间

二、受众最感兴趣的广告形式

三、受众最感兴趣的广告内容

第三节 2014年中国影响手机广告投放的要素分析

一、影响手机广告投放宏观因素分析

二、吸引受众的最重要的要素

三、消费热点决定记忆程度

第七章 2014年中国手机广告主要形式发展分析

第一节 push类广告

一、push类广告的介绍

二、push类广告的优势

三、push类广告的关注度

四、2014年push类广告发展分析

第二节 wap类广告

一、wap类广告的介绍

二、wap类广告的优势

三、wap类广告的关注度

四、2014年wap类广告发展分析

第三节 业务嵌入类广告发展分析

一、业务嵌入类广告的介绍

二、业务嵌入类广告的优势

三、业务嵌入类广告的关注度

四、2014年业务嵌入类广告发展分析

第二篇 手机广告行业竞争篇

第八章 中国手机广告区域市场竞争力比较分析

第一节 北京

一、北京各大重要行业手机广告发展分析

二、北京手机广告业发展存在的问题分析

第二节 上海

一、海市手机广告业发展特点分析

二、上海手机广告业的效益优势分析

三、手机广告公司经营状况及策略分析

第三节 广东

一、手机广告业发展阶段分析

二、2008年手机广告业竞争状况分析

三、2009年广东手机广告业发展分析

第九章 2014年中国手机广告产业市场竞争格局分析

第一节 2014年中国各种广告形式市场竞争综合分析

一、互联网与传统广告行业竞合分析

二、谷歌微软对传统广告公司的压力

三、中国广告业界软硬广告竞争分析

四、央视重点时段广告竞争分析

五、移动广告行业竞争形势分析

第二节 2014年中国手机广告业竞争状况分析

一、中国手机广告品牌竞争分析

二、中国手机广告价格竞争分析

三、中国手机广告竞争战略分析

第三节 2014年中国手机广告企业竞争策略分析

第十章 2014年中国手机媒体广告产业链各环节重点企业分析

第一节 运营商

一、中国移动

1、发展思路

2、发展定位

3、试点情况

二、中国联通

第二节 sp

一、分众传媒

1、远景与战略

2、核心价值观

3、现状

二、飞拓无限

三、上海聚君

四、摩拜美迪（移动传媒）

第三节 终端厂商

一、诺基亚

二、摩托罗拉

第三篇 手机广告前景预测与投资篇

第十一章 2015-2020年中国手机广告行业发展趋势分析

第一节 2015-2020年中国广告行业发展趋势分析

一、全球广告业收入预测

二、中国广告行业未来趋势分析

三、二十一世纪广告业发展总体趋势展望

四、广告业的娱乐发展趋势

第二节 2015-2020年中国手机广告市场趋势前景分析

一、中国手机广告市场发展前景

二、中国手机广告市场潜力分析

三、中国手机广告发展趋势分析

第十二章 2015-2020年中国手机广告业投资价值研究

第一节 2015-2020年中国广告业投资机会分析

一、金融危机下中国广告市场的投资机遇

二、“第五媒体”广告市场孕育巨大商机

三、网络游戏市场受青睐

四、移动电视媒体广告价值受肯定

五、国际广告公司积极开发二线城市

第二节 2015-2020年中国手机广告业投资机会与风险分析

一、机会分析

二、风险分析

第三节：专家观点

图表详见正文.....

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/221351221351.html>