

中国手机广告市场专项调研与发展趋势研究报告 (2012-2016)

报告大纲

一、报告简介

观研报告网发布的《中国手机广告市场专项调研与发展趋势研究报告（2012-2016）》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/shoujidianhua/134466134466.html>

报告价格：电子版: 7000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

目前，中国手机广告仍处于市场导入期，广告主对中国手机广告市场认知度较低、手机广告定价缺乏行业标准、手机广告效果评估体系尚未建立，这些因素短期内将阻碍中国手机广告市场的发展。业内人士预计受通信网络环境改变、智能手机发展和普及、手机广告投放能力提升等因素推动，2013年将成为中国手机广告市场的爆发年。

中国报告网发布的《中国手机广告市场专项调研与发展趋势研究报告（2012-2016）》共十三章。首先介绍了手机广告相关概述、中国手机广告市场运行环境等，接着分析了中国手机广告市场发展的现状，然后介绍了中国手机广告重点区域市场运行形势。随后，报告对中国手机广告重点企业经营状况分析，最后分析了中国手机广告行业发展趋势与投资预测。您若想对手机广告产业有个系统的了解或者想投资手机广告行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

第一章 手机广告行业发展概述

第一节 广告简介

- 一、广告的概念
- 二、广告的本质特点和要素
- 三、广告的分类和主要形式
- 四、广告媒体简介

第二节 手机广告

- 一、手机广告的概念
- 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 世界广告业发展综合分析

第一节 世界广告业发展分析

- 一、世界广告发展历程
- 二、世界广告媒体发展历史
- 三、世界广告业的逻辑发展轨迹解析
- 四、全球广告市场发展浅析

第二节 美国广告业发展分析

一、美国现代广告的发展

二、美国广告市场状况

三、汽车业衰败影响美国广告业

四、美国广告支出概述

第三节 日本广告行业发展状况分析

一、日本现代广告的发展分析

二、日本广告市场发展格局分析

三、日本广告收入分析

四、日本企业广告支出分析

第四节 英国广告行业发展分析

一、英国互联网广告支出走势分析

二、英国移动广告实现强势增长

三、英国电视广告的政策与规定解析

四、英国电视广告市场日趋稳定

第五节 俄罗斯广告行业发展分析

一、俄罗斯的部分广告种类浅析

二、俄罗斯成为全球发展速度最快的广告市场

三、俄罗斯广告市场稳步发展

第六节 世界广告业发展趋势分析

一、全球经济一体化下广告业的趋势变革

二、世界广告发展新趋势变化

三、虚拟世界广告发展前景分析

四、2012-2016年全球广告市场发展预测

第三章 世界手机广告业市场分析

第一节 2011-2012年世界手机广告业发展分析

一、美国手机广告市场份额

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 2011-2012年世界手机广告市场动态分析

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 2012-2016年世界手机广告市场发展趋势分析

第四章 中国广告行业发展动态分析

第一节 中国广告业发展概述

- 一、中国现代广告的发展历程
- 二、中国广告业发展的市场环境分析
- 三、中国广告业的产业组织结构解析
- 四、中国广告业发展变化概述
- 五、中国广告业步入营销策划时代

第二节 中国广告市场上的外资发展分析

- 一、国外广告公司加速进军中国
- 二、外资加速在华新媒体广告业布局
- 三、全球广告巨头中国市场竞争动态分析
- 四、中国广告产业外资影响分析

第三节 中国广告行业创意发展分析

- 一、现代广告传播中的创意理论简析
- 二、世界多元文化对广告创意的影响分析
- 三、中国广告作品创意趋势分析

第四节 广告市场存在问题分析

- 一、中国广告行业的“多米诺效应”分析
- 二、广告业的市场壁垒效应分析
- 三、阻碍中国广告行业发展的四大问题解析
- 四、新兴媒体侵占传统媒体广告空间
- 五、中国广告业的生存瓶颈问题解析
- 六、中国广告市场洗牌在即

第五节 广告市场发展对策分析

- 一、中国广告行业要实行集团化发展
- 二、中国广告教育需要新思维
- 三、要牢记广告的“根本”
- 四、广告目标受众问题对策解析
- 五、有效广告投放途径分析

第五章 中国手机广告行业发展分析

第一节 2011-2012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 2011-2012年中国手机广告市场发展现状分析

- 一、手机广告的投放特点
- 二、手机广告对用户消费的影响
- 三、中国手机广告支出额居金砖四国之首
- 四、手机广告规范情况分析
- 第三节 2011-2012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
- 第六章 中国手机广告产业运行环境分析
 - 第一节 国内手机广告经济环境分析
 - 一、GDP历史变动轨迹分析
 - 二、固定资产投资历史变动轨迹分析
 - 三、2012年中国手机广告经济发展预测分析
 - 第二节 中国手机广告行业政策环境分析
- 第七章 中国手机广告受众及投放分析
 - 第一节 2011-2012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 2011-2012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 2011-2012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
- 第八章 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、2011-2012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、2011-2012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、2011-2012年业务嵌入类广告发展分析
- 第四节 语音类广告发展分析
 - 一、语音类广告的介绍
 - 二、语音类广告的优势
 - 三、语音类广告的关注度
 - 四、2011-2012年语音类广告发展分析
- 第五节 小区广播类广告发展分析
 - 一、小区广播类广告的介绍
 - 二、小区广播类广告的优势
 - 三、小区广播类广告的关注度
 - 四、2011-2012年小区广播类广告发展分析
- 第六节 终端内置类广告发展分析
 - 一、终端内置类广告的介绍
 - 二、终端内置类广告的优势
 - 三、终端内置类广告的关注度
 - 四、2011-2012年终端内置类广告发展分析
- 第七节 搜索类广告发展分析
 - 一、搜索类广告的介绍
 - 二、搜索类广告的优势
 - 三、搜索类广告的关注度
 - 四、2011-2012年搜索类广告发展分析
- 第九章 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、手机广告业竞争状况分析

三、广东手机广告业发展分析

第十章 中国手机广告产业市场竞争格局分析

第一节 2011-2012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 2011-2012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 2011-2012年中国手机广告企业竞争策略分析

第十一章 中国手机广告重点企业调研分析

第一节 分众无线

一、企业概况

二、2011-2012年经营状况分析

三、竞争优势分析

第二节 飞拓无限

一、企业概况

二、2011-2012年经营状况分析

三、竞争优势分析

第三节 亿动传媒

一、企业概况

二、2011-2012年经营状况分析

三、竞争优势分析

第四节 上海聚君

一、企业概况

二、2011-2012年经营状况分析

三、竞争优势分析

第五节 魅媒网

一、企业概况

二、2011-2012年经营状况分析

三、竞争优势分析

第六节 移动运营商

一、2011-2012年中国电信手机广告业务发展分析

二、2011-2012年中国移动手机广告业务发展分析

三、2011-2012年中国联通手机广告业务发展分析

第十二章 2012-2016年中国手机广告行业发展趋势分析

第一节 2012-2016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 2012-2016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

第十三章 2012-2016年中国手机广告业投资机会与风险分析

第一节 2012-2016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 2012-2016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

图表目录（部分）：

图表：2006-2011年国内生产总值

图表：2006-2011年居民消费价格涨跌幅度

图表：2011年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2006-2011年国家外汇储备

图表：2006-2011年财政收入

图表：2006-2011年全社会固定资产投资

图表：2011年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2011年固定资产投资新增主要生产能力

图表：.....

更多图表详见正文.....

《中国手机广告市场专项调研与发展趋势研究报告（2012-2016）》系统全面的调研了手机广告的市场宏观环境情况、行业发展情况、市场供需情况、企业竞争力情况、产品品牌价值情况等，旨在为企业提供专项产品深度市场信息，为企业投资、经营决策提供科学参考依据。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/shoujidianhua/134466134466.html>