

# 2019年中国互联网广告市场分析报告- 市场运营现状与发展趋势研究

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2019年中国互联网广告市场分析报告-市场运营现状与发展趋势研究》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/guanggaochuanmei/396074396074.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

互联网广告就是通过网络广告平台在网络上投放广告。利用网站上的广告横幅、文本链接、多媒体的方法，在互联网刊登或发布广告，通过网络传递到互联网用户的一种高科技广告运作方式。

与传统的四大传播媒体（报纸、杂志、电视、广播）广告及备受垂青的户外广告相比，互联网广告具有得天独厚的优势，是实施现代营销媒体战略的重要一部分。Internet是一个全新的广告媒体，速度最快效果很理想，是中小企业扩展壮大的很好途径，对于广泛开展国际业务的公司更是如此。

现阶段，进入流量时代，广告的作用越来越明显，随着商家产品更新换代速度的提升，商家产品宣传对广告的依赖性不断增强。目前，我国广告按照平台类型主要分为电视广告、电台广播、报纸广告、杂志广告、互联网广告、交通类视频广告、传统户外等几大广告平台。近年来，随着互联网经济的发展，互联网广告模式已经取代传统电视平台，成为重要的广告宣传渠道。

从广告业各个细分平台的规模变动来看，互联网广告已经取代电视广告成为现阶段广告的主要传播渠道，至2017年我国互联网广告收入规模达到3262.64亿元，较上年同比增加12.4%。其余几大媒体广告的收入规模总体呈下降趋势变动。

### 2010-2017年中国各媒体广告收入规模分析（单位：亿元）

数据来源：经信委

随着我国网民数量的不断增加，以互联网为媒介的各业经济得到快速发展，2017年我国网民数达到7.72亿人，其中，手机网民的普及率已经达到97.5%。至2017年移动广告市场规模达到2197亿元，较上年同比增加25.53%，随着人们在移动端各平台登录时间的不断增强，其广告投放规模将会进一步提升。

### 2010-2017年中国移动广告收入规模分析

数据来源：经信委

### 2012-2017年移动广告占网络广告的比重

数据来源：经信委

从网络广告的不同形式来看，互联网广告主要分为搜索引擎、电商网站、品牌图形广告、食品贴片广告、信息流广告等几种模式。从近年来不同形式网络媒体广告的规模看，其总体的广告收入规模均呈上升趋势变动，电商网站为网络广告的主要形式。从几大形式的收

入占比看，电商广告和信息流广告形式的规模占比有所提升。（JP YZ）

## 【报告大纲】

### 第一部分 产业环境透视

#### 第一章 中国互联网广告行业发展综述

##### 第一节 互联网广告行业发展简况

一、行业发展阶段分析

二、行业发展特点分析

三、行业消费群体分析

##### 第二节 互联网广告政策环境分析

一、互联网广告相关法律法规

二、互联网广告政策监管分析

三、互联网广告发展规划分析

##### 第三节 互联网广告产业环境分析

一、互联网产业发展进程分析

二、互联网产业规模结构分析

三、互联网产业主要经济指标

四、互联网产业发展特点分析

五、互联网产业发展趋势分析

##### 第四节 互联网广告模式生命力分析

一、传统展示广告模式分析

二、即时信息广告模式分析

三、窄告网广告模式分析

四、网络视频广告模式分析

五、搜索引擎广告模式分析

六、电子邮件广告模式分析

七、富媒体模式分析

#### 第二章 国际互联网广告行业发展经验借鉴

##### 第一节 全球互联网广告市场发展分析

一、全球互联网广告发展历程

二、全球互联网广告发展现状

三、全球互联网广告收支状况

#### 四、全球互联网广告业经营情况

#### 五、全球移动互联网广告发展分析

#### 第二节 美国互联网广告发展经验借鉴

##### 一、美国互联网广告发展概况

##### 二、美国互联网广告发展特点

##### 三、美国互联网广告市场现状

##### 四、美国互联网广告发展经验

##### 五、美国互联网广告业对中国启示

#### 第三节 英国互联网广告市场评估

##### 一、英国互联网广告发展概况

##### 二、英国互联网广告发展特点

##### 三、英国互联网广告市场现状

##### 四、英国互联网广告发展经验

##### 五、英国互联网广告业对中国启示

#### 第四节 法国互联网广告市场评估

##### 一、法国互联网广告发展概况

##### 二、法国互联网广告发展特点

##### 三、法国互联网广告市场现状

##### 四、法国互联网广告发展经验

##### 五、法国互联网广告业对中国启示

#### 第五节 其它国家互联网广告市场评估

##### 一、俄罗斯互联网广告市场评估

##### 二、巴西互联网广告市场评估

##### 三、韩国互联网广告市场评估

##### 四、泰国互联网广告市场评估

### 第二部分 行业深度分析

#### 第三章 中国互联网广告行业发展现状分析

##### 第一节 互联网广告市场发展现状

##### 一、互联网广告行业发展现状

##### 二、互联网广告市场规模分析

##### 三、互联网广告经营情况分析

##### 四、互联网广告行业竞争分析

##### 五、互联网广告投放量增长分析

## 六、互联网广告对传统广告业冲击分析

### 第二节 互联网广告精准营销策略分析

- 一、互联网广告精准营销优势分析
- 二、互联网广告精准营销表现形式
- 三、互联网广告精准营销问题分析
- 四、互联网广告精准营销步骤分析
- 五、互联网广告精准营销成功案例

### 第三节 互联网广告行业发展存在问题

- 一、互联网来临进程相关问题分析
- 二、互联网广告市场竞争问题分析
- 三、互联网广告企业技术问题分析
- 四、互联网广告未来发展瓶颈分析

### 第四节 互联网广告行业发展对策

- 一、互联网广告业务扩张建议
- 二、互联网广告绩效提升建议
- 三、互联网广告竞争力提升建议
- 四、互联网广告盈利能力提升建议

## 第四章 我国互联网广告行业整体运行指标分析

### 第一节 2015-2018年中国互联网广告行业总体规模分析

- 一、企业数量结构分析
- 二、人员规模状况分析
- 三、行业资产规模分析
- 四、行业市场规模分析

### 第二节 2015-2018年中国互联网广告行业财务指标总体分析

#### 一、行业盈利能力分析

- 1、我国互联网广告行业销售利润率
- 2、我国互联网广告行业成本费用利润率
- 3、我国互联网广告行业亏损面

#### 二、行业偿债能力分析

- 1、我国互联网广告行业资产负债比率
- 2、我国互联网广告行业利息保障倍数

#### 三、行业营运能力分析

- 1、我国互联网广告行业应收帐款周转率
- 2、我国互联网广告行业总资产周转率

### 3、我国互联网广告行业流动资产周转率

## 四、行业发展能力分析

### 1、我国互联网广告行业总资产增长率

### 2、我国互联网广告行业利润总额增长率

### 3、我国互联网广告行业主营业务收入增长率

### 4、我国互联网广告行业资本保值增值率

## 第三部分 市场供需分析调研

## 第五章 中国网络视频广告市场评估

### 第一节 富媒体广告市场评估

#### 一、富媒体广告发展概况

#### 二、富媒体广告应用现状

#### 三、富媒体广告综合表现力分析

#### 四、富媒体广告存在问题分析

#### 五、富媒体广告趋势预测分析

### 第二节 互联网视频广告市场发展分析

#### 一、视频广告市场规模分析

#### 二、视频广告投资回报分析

#### 三、视频广告市场竞争分析

### 第三节 主要视频网广告行业前景调研

#### 一、优酷土豆行业前景调研与布局分析

#### 二、YouTube行业前景调研与布局分析

#### 三、酷6行业前景调研与布局分析

#### 四、Hulu行业前景调研与布局分析

### 第四节 互联网视频广告市场前景展望

#### 一、视频广告存在问题分析

#### 二、视频广告发展趋势分析

#### 三、视频广告市场趋势分析

## 第六章 中国互联网搜索广告市场评估

### 第一节 搜索广告市场发展分析

#### 一、搜索广告市场现状分析

#### 二、付费搜索广告市场接受度

#### 三、平板付费搜索广告市场评估

#### 四、搜索引擎付费收录模式分析

##### 第二节 重点企业搜索广告行业前景调研

- 一、度搜索广告行业前景调研
- 二、谷歌搜索广告行业前景调研
- 三、雅虎搜索广告行业前景调研
- 四、易查搜索广告行业前景调研
- 五、腾讯搜索广告行业前景调研

##### 第三节 互联网搜索广告市场前景展望

- 一、搜索广告存在问题分析
- 二、搜索广告发展趋势分析
- 三、搜索广告市场趋势分析

#### 第七章 中国网络游戏广告市场评估

##### 第一节 网络游戏广告整体发展状况

- 一、网络游戏广告需求与价值分析
- 二、网络游戏广告市场空间分析
- 三、网络游戏广告市场发展现状
- 四、网络游戏广告市场规模分析
- 五、网络游戏广告市场前景分析

##### 第二节 网络游戏内置广告发展分析

- 一、网络游戏植入式广告发展现状
- 二、网络游戏植入式广告价值分析
- 三、网络游戏植入式广告特点分析
- 四、网络游戏植入式广告植入模式
- 六、网游内置广告技术实现方式分析
- 七、网络游戏内置广告发展机遇
- 八、网游内置广告市场前景分析

##### 第三节 网络游戏内置广告存在问题分析

- 一、网络游戏植入式广告存在问题分析
- 二、网络游戏内置广告未来发展瓶颈
- 三、网络游戏植入式广告发展相关建议
- 四、网游内置广告需构建效果评估指标

##### 第四节 网络游戏广告开发战略分析

- 一、网络游戏广告的4Ps策略
- 二、网络游戏广告的效果测量战略

## 第四部分 竞争格局分析

### 第八章 中国互联网广告市场竞争分析

#### 第一节 互联网广告与传统媒体广告的竞争

- 一、互联网与传统媒体广告规模对比
- 二、互联网与传统媒体广告效果对比
- 三、互联网与传统媒体广告自适性分析
- 四、互联网与传统媒体广告发展速度对比

#### 第二节 互联网广告市场内部竞争分析

- 一、互联网广告市场竞争格局分析
- 二、互联网广告市场竞争格局分析
- 三、互联网广告市场竞争层次分析
- 四、政策走向对互联网广告市场竞争影响

#### 第三节 互联网巨头广告业务竞争状况

- 一、大互联网巨头竞争状况分析
- 二、移动互联网广告竞争状况分析
- 三、社交互联网广告竞争状况分析
- 四、互联网显示广告竞争状况分析

### 第九章 互联网广告行业领先企业经营形势分析

#### 第一节 悠易互通（北京）广告有限公司

- 一、企业基本情况简介
- 二、企业业务范围分析
- 三、企业主要客户分析
- 四、企业典型项目分析
- 五、企业推广策略分析
- 六、企业最新发展动向

#### 第二节 科思世通广告（北京）有限公司

- 一、企业基本情况简介
- 二、企业业务范围分析
- 三、企业主要客户分析
- 四、企业典型项目分析
- 五、企业推广策略分析
- 六、企业最新发展动向

### 第三节 互动通传媒有限公司

- 一、企业基本情况简介
- 二、企业业务范围分析
- 三、企业主要客户分析
- 四、企业典型项目分析
- 五、企业推广策略分析
- 六、企业最新发展动向

### 第四节 新意互动广告有限公司

- 一、企业基本情况简介
- 二、企业业务范围分析
- 三、企业主要客户分析
- 四、企业典型项目分析
- 五、企业推广策略分析
- 六、企业最新发展动向

### 第五节 上海网迈广告有限公司

- 一、企业基本情况简介
- 二、企业业务范围分析
- 三、企业主要客户分析
- 四、企业典型项目分析
- 五、企业推广策略分析
- 六、企业最新发展动向

### 第六节 华扬联众数字技术股份有限公司

- 一、企业基本情况简介
- 二、企业业务范围分析
- 三、企业主要客户分析
- 四、企业典型项目分析
- 五、企业推广策略分析
- 六、企业最新发展动向

### 第七节 奥美世纪（北京）广告有限公司

- 一、企业基本情况简介
- 二、企业业务范围分析
- 三、企业主要客户分析
- 四、企业典型项目分析
- 五、企业推广策略分析
- 六、企业最新发展动向

## 第八节 星鹏泰技术咨询有限公司

- 一、企业基本情况简介
- 二、企业业务范围分析
- 三、企业主要客户分析
- 四、企业典型项目分析
- 五、企业推广策略分析
- 六、企业最新发展动向

## 第九节 电众数码（北京）广告有限公司

- 一、企业基本情况简介
- 二、企业业务范围分析
- 三、企业主要客户分析
- 四、企业典型项目分析
- 五、企业推广策略分析
- 六、企业最新发展动向

## 第十节 北京腾信创新网络营销技术股份有限公司

- 一、企业基本情况简介
- 二、企业业务范围分析
- 三、企业主要客户分析
- 四、企业典型项目分析
- 五、企业推广策略分析
- 六、企业最新发展动向

## 第五部分 趋势预测展望

### 第十章 中国互联网广告业趋势预测趋势分析

#### 第一节 互联网广告行业发展趋势分析

- 一、互联网广告行业区域发展趋势
- 二、互联网广告行业技术发展趋势
- 三、互联网广告行业产品结构趋势
- 四、互联网广告行业市场竞争趋势

#### 第二节 互联网广告行业市场趋势分析

- 一、互联网广告行业市场规模预测
- 二、互联网广告行业细分领域预测
- 三、互联网广告企业经营趋势分析

#### 第三节 互联网广告行业前景调研分析

- 一、互联网广告行业进入壁垒分析
- 二、互联网广告行业行业前景调研分析
- 三、互联网广告行业投资可行性分析
- 四、互联网广告行业前景调研分析
- 第四节 互联网广告行业投资建议
  - 一、互联网广告细分市场投资建议
  - 二、互联网广告区域布局投资建议
  - 三、互联网广告企业并购重组建议

## 第十一章 2019-2025年互联网广告行业投资价值评估分析

### 第一节 互联网广告行业投资特性分析

- 一、互联网广告行业进入壁垒分析
- 二、互联网广告行业盈利因素分析
- 三、互联网广告行业盈利模式分析

### 第二节 2019-2025年互联网广告行业发展的影响因素

- 一、有利因素
- 二、不利因素

### 第三节 2019-2025年互联网广告行业投资价值评估分析

- 一、行业投资效益分析
  - 1、行业活力系数比较及分析
  - 2、行业投资收益率比较及分析
  - 3、行业投资效益评估
- 二、产业发展的空白点分析
- 三、投资回报率比较高的投资方向
- 四、新进入者应注意的障碍因素

## 第十二章 2019-2025年互联网广告行业投资机会与风险防范

### 第一节 互联网广告行业投融资情况

- 一、行业资金渠道分析
- 二、固定资产投资分析
- 三、兼并重组情况分析
- 四、互联网广告行业投资现状分析
  - 1、互联网广告产业投资经历的阶段
  - 2、2018年互联网广告行业投资状况回顾
  - 3、2015-2018年中国互联网广告行业风险投资状况

#### 4、2019-2025年我国互联网广告行业的投资态势

##### 第二节 2019-2025年互联网广告行业投资机会

- 一、产业链投资机会
- 二、细分市场投资机会
- 三、重点区域投资机会
- 四、互联网广告行业投资机遇

##### 第三节 2019-2025年互联网广告行业行业前景调研及防范

- 一、政策风险及防范
- 二、技术风险及防范
- 三、供求风险及防范
- 四、宏观经济波动风险及防范
- 五、关联产业风险及防范
- 六、产品结构风险及防范
- 七、其他风险及防范

##### 第四节 中国互联网广告行业投资建议

- 一、互联网广告行业未来发展方向
- 二、互联网广告行业主要投资建议
- 三、中国互联网广告企业融资分析
  - 1、中国互联网广告企业IPO融资分析
  - 2、中国互联网广告企业再融资分析

#### 第六部分 投资建议研究

#### 第十三章 2019-2025年互联网广告行业面临的困境及对策

##### 第一节 2018年互联网广告行业面临的困境

##### 第二节 互联网广告企业面临的困境及对策

- 一、重点互联网广告企业面临的困境及对策
  - 1、重点互联网广告企业面临的困境
  - 2、重点互联网广告企业对策探讨
- 二、中小互联网广告企业发展困境及策略分析
  - 1、中小互联网广告企业面临的困境
  - 2、中小互联网广告企业对策探讨

##### 三、国内互联网广告企业的出路分析

##### 第三节 中国互联网广告行业存在的问题及对策

- 一、中国互联网广告行业存在的问题

## 二、互联网广告行业发展的建议对策

- 1、把握国家投资的契机
- 2、竞争性战略联盟的实施
- 3、企业自身应对策略

## 三、市场的重点客户战略实施

- 1、实施重点客户战略的必要性
- 2、合理确立重点客户
- 3、重点客户战略管理
- 4、重点客户管理功能

## 第四节 中国互联网广告市场发展面临的挑战与对策

## 第十四章 互联网广告行业投资建议研究

### 第一节 互联网广告行业投资建议研究

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

### 第二节 对我国互联网广告品牌的战略思考

- 一、互联网广告品牌的重要性
- 二、互联网广告实施品牌战略的意义
- 三、互联网广告企业品牌的现状分析
- 四、我国互联网广告企业的品牌战略
- 五、互联网广告品牌战略管理的策略

### 第三节 互联网广告经营策略分析

- 一、互联网广告市场细分策略
- 二、互联网广告市场创新策略
- 三、品牌定位与品类规划
- 四、互联网广告新产品差异化战略

### 第四节 互联网广告行业投资规划建议研究

- 一、2018年互联网广告行业投资规划建议
- 二、2019-2025年互联网广告行业投资规划建议

### 三、2019-2025年细分行业投资规划建议

#### 第十五章 研究结论及投资建议

##### 第一节 互联网广告行业研究结论及建议

##### 第二节 互联网广告子行业研究结论及建议

##### 第三节 互联网广告行业投资建议

###### 一、行业投资前景研究建议

###### 二、行业投资方向建议

###### 三、行业投资方式建议

#### 图表目录

图表 互联网广告行业生命周期

图表 互联网广告行业产业链结构

图表 2015-2018年全球互联网广告行业市场规模

图表 2015-2018年中国互联网广告行业市场规模

图表 2015-2018年互联网广告行业重要数据指标比较

图表 2015-2018年中国互联网广告市场占全球份额比较

图表 2015-2018年互联网广告行业销售收入

图表详见报告正文..... (GY YX)

#### 【简介】

中国报告网是观研天下集团旗下打造的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2019年中国互联网广告市场分析报告-市场运营现状与发展趋势研究》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。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中

国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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家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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/guanggaochuanmei/396074396074.html>