

中国互联网广告行业现状调研与发展趋势研究报告 (2015-2019)

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《中国互联网广告行业现状调研与发展趋势研究报告（2015-2019）》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/196951196951.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

报告目录

第一章 中国互联网广告市场环境分析

第一节 经济发展环境分析

第二节 政策法规环境分析

一、相关政治环境分析

二、产业相关法律问题分析

第三节 社会文化环境分析

一、我国互联网市场概况

二、我国网民规模

三、我国网民网络应用行为分析

第二章 中国互联网广告市场现状分析

第一节 中国互联网广告市场规模分析

第二节 中国互联网广告竞争格局分析

第三节 中国互联网广告细分市场分析

第三章 中国互联网广告媒体分析

第一节 综合门户网站分析

一、新浪

二、搜狐

三、网易

四、腾讯

第二节 搜索引擎运营商分析

一、百度

二、谷歌中国

第三节 垂直网站分析

一、财经垂直网站

二、汽车垂直网站

三、IT垂直网站

四、房地产垂直网站

第四章 中国网络广告受众及投放分析

第一节 网络广告的投放原因及特点

一、投放网络广告的原因

二、网络广告在广告媒体中的地位

三、网络广告接受度情况分析

四、制约网络广告发展的因素

第二节 网络广告受众分析

一、受众接触网络广告的黄金时间

二、网络受众对广告接受过程分析

三、受众的心理分析

四、应对策略分析

第三节 影响网络广告投放的要素分析

一、影响网络广告效果的因素分析

二、影响网络广告投放策划的因素分析

第五章 中国互联网广告公司分析

第一节 中国互联网广告公司竞争分析

一、互联网广告与传统媒体广告的竞争

二、中国互联网广告公司竞争特点分析

三、中国互联网广告公司竞争形势分析

第二节 厂商分析

一、好耶

二、华扬联众

三、腾信互动

第六章 中国互联网广告市场广告主分析

第一节 中国互联网细分广告主分析

一、汽车行业

二、房地产行业

三、3C行业

四、金融行业

五、消费品

六、互联网产品/服务

七、通讯行业

第二节 中国互联网广告市场广告主行为分析

一、广告主营销意识变化分析

二、整合营销方式变化分析

三、广告主跨媒体营销网络选择分析

四、网络营销最热关键词分析

五、中国网络媒体面临的挑战

六、中国网络媒体面临的机遇

第七章 网络广告行业投资现状分析

第一节 网络广告行业投资情况分析

一、中外网络广告行业投资比较分析

二、美国网络广告行业投资要点分析

三、网络广告行业投资特点分析

第二节 网络广告行业投资情况分析

一、网络广告行业投资形势分析

二、网络广告市场格局发展分析

三、网络广告投资动态分析

第八章 2015-2019年中国互联网广告市场趋势预测

第一节 国际网络广告市场预测

第二节 中国网络广告市场前景分析

第三节 2015-2019年国内网络广告市场预测

一、国内网络广告市场发展前景

二、2013-2014年国内网络广告市场规模预测

三、2015-2019年国内网络广告媒体结构前景

第四节 2015-2019年中国经济形势预测

第五节 2015-2019年中国经济走向预测

第九章 互联网广告企业发展战略分析

第一节 互联网广告企业经营发展分析及建议

第二节 对我国互联网广告品牌的战略思考

第三节 提高互联网广告企业竞争力的策略

图表详见正文.....

特别说明：报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，并有助于降低企事业单位投资风险。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/guanggaochuanmei/196951196951.html>