

中国互联网广告行业现状深度研究与发展前景分析报告（2024-2031年）

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深度研究与发展前景分析报告（2024-2031年）》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://www.chinabaogao.com/baogao/202406/711931.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

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

互联网广告是指通过网站、网页、互联网应用程序等互联网媒介，以文字、图片、音频、视频或者其他形式，直接或者间接地推销商品或者提供服务的商业广告。

我国互联网广告行业相关政策

积极回应人民群众对优美环境的新要求新期待，按照党中央、国务院关于深入打好污染防治攻坚战决策部署，实施噪声污染防治行动。为此，我国陆续发布了许多互联网广告行业的相关政策，如2024年国务院安委会、应急管理部发布的《关于开展2024年全国“安全生产月”活动的通知》提出各地安委会和企业要结合实际，组织开展“安全宣传咨询日”活动，现场播放“安全生产月”活动宣传片和公益广告，围绕“人人讲安全、个个会应急——畅通生命通道”活动主题，举行安全倡议、安全宣誓和安全文化特色文艺演出等活动。

我国互联网广告行业相关政策（一）

发布时间	发布部门	政策名称	主要内容
2023年2月	国家减灾委员会	关于做好2023年全国防灾减灾日有关工作的通知	借助广播、电视、网络、微信、微博、公交传媒等载体，利用户外大屏、楼宇字幕、灯箱展板、道旗灯杆等街头平台，通过公益广告、专题节目、集中采访、专家讲座、在线访谈及知识竞赛等多种形式，不断扩大宣传活动的覆盖面和影响力。

2023年3月	生态环境部	关于做好2023年六五环境日宣传工作的通知	充分发挥新媒体平台作用，利用海报、短视频、动漫、公益广告等形式组织开展线上宣传，用好各方面社会资源，从绿色消费、绿色出行、垃圾分类等多个方面组织线下活动，引导公众自觉履行生态环境保护责任，像保护眼睛一样保护生态环境，践行简约适度、绿色低碳、文明健康的生活理念和生活方式。
2023年3月	交通运输部	关于开展“社会主义核心价值观主题实践教育月”活动的通知	充分利用“车、船、机、路、港、站”等，刊播文明标语和公益广告，教育引导行业从业者和社会参与者提高文明素养。
2023年4月	水利部等十一部门	关于加强节水宣传教育的指导意见	发挥主流媒体的导向作用，中央和地方主流媒体坚持把节水列入年度公益宣传计划，定期刊播节约用水公益广告。
2023年5月	国务院安委会、应急管理部	2023年全国“安全生产月”活动方案	要广泛深入开展社会化宣传，在楼宇电梯广告屏，飞机、高铁、公交车、地铁等交通工具电子显示屏持续滚动播放安全公益广告，在交通枢纽、商业街区、城市社区、文博场馆、广场、公园等公共场所和高速路口、过街天桥等醒目位置，广泛张贴或悬挂安全标语、横幅、挂图等，形成强大宣传声势。

2023年5月	国家卫生健康委	关于开展老年痴呆防治促进行动(2023-2025年)的通知	加强老年人健康教育，利用社区健康教育宣传栏，以及广播电视、报刊图书、公益广告、互联网、移动客户端等各类媒体平台，在全社会进行脑健康知识教育，普及老年痴呆防治相关知识。
---------	---------	-------------------------------	---

2023年6月	教育部	关于做好2023年暑期校外培训治理有关工作的通知	各地要结合实际，通过小视频、文章、宣讲、公益广告等群众喜闻乐见的方式，宣传科学教育理念，健全家校社协同育人体系。
---------	-----	--------------------------	--

2023年7月	教育部等九部门	关于开展第26届全国推广普通话宣传周活动的通知	全国推普周
---------	---------	-------------------------	-------

领导小组办公室（教育部语言文字应用管理司）将继续制作推普周宣传海报、公益广告等宣传品（电子版将在教育部政府门户网站刊载），并组织征集推普宣传创意设计。2023年8月国务院安全生产委员会 全国城镇燃气安全专项整治工作方案 充分利用广播电视、网络媒介、挂图、公益广告等宣传介质以及户外电子屏、广告屏、公交地铁流动广告等宣教资源，加强燃气安全宣传报道。

资料来源：观研天下整理

我国互联网广告行业相关政策（二）

发布时间	发布部门	政策名称	主要内容
2023年11月	工业和信息化部	关于健全中小企业公共服务体系的指导意见	通过新闻报道、公益广告、信息推送、公众号和短视频等方式，向中小企业广泛推介公共服务机构和服务“一张网”相关信息，扩大知晓率。
2023年12月	教育部	关于做好2024年寒假期间校外培训治理有关工作的通知	各地要充分利用寒假契机，通过小视频、公益广告等群众喜闻乐见的方式，在全社会广泛宣传科学的人才观、成才观、教育观。
2024年1月	交通运输部等五部门	关于深入开展春运“情满旅途”活动的通知	及时发布“情满旅途”活动信息，发布春运文明出行倡议及提醒语，加大安全文明乘车（船）宣传力度，展播文明交通公益广告，积极营造综合运输春运的良好氛围。
2024年3月	教育部、国家广播电视总局	关于开展2024年高校毕业生就业典型宣传季活动的通知	引导高校师生面向基层就业火热实践，围绕高校毕业生基层就业典型人物，创作一批内涵丰富、形式新颖、感染力强的视频类、动画类、音频类、平面海报类公益广告作品，立体展现基层就业广阔前景、青春奋斗美好未来，激发广大师生投身基层、建设祖国的热情。
2024年4月	生态环境部	关于做好2024年六五环境日宣传工作的通知	结合传统文化推出地方特色鲜明、表现形式新颖、广受群众喜爱的海报、短视频、动漫、公益广告等宣传产品，优秀作品可推荐“生态环境部”政务新媒体平台转发。
2024年4月	中共中央、国务院	关于健全新时代志愿服务体系的意见	营造志愿文化氛围。创作志愿服务题材的文艺作品、文创产品、公益广告，通过建设主题公园、广场、雕塑等，扩大志愿文化传播。
2024年4月	国务院安委会、应急管理部	关于开展2024年全国“安全生产月”活动的通知	各地安委会和企业要结合工作实际，组织开展“安全宣传咨询日”活动，现场播放“安全生产月”活动宣传片和公益广告，围绕“人人讲安全、个个会应急——畅通生命通道”活动主题，举行安全倡议、安全宣誓和安全文化特色文艺演出等活动。
2024年5月	交通运输部	关于开展2024年交通运输“安全生产月”活动的通知	各地交通运输管理部门要结合本地区实际，在6月16日组织开展“安全宣传咨询日”活动，现场播放“安全生产月”活动宣传片和公益广告，围绕“人人讲安全、个个会应急——畅通生命通道”主题，举行安全倡议、安全宣誓等活动，布置主题公益展板，发放相关应急科普资料，为公众提供安全咨询服务。

资料来源：观研天下整理

部分省市互联网广告行业相关政策

为促进本市广告事业发展，规范公益广告管理，发挥广告在经济建设、政治建设、文化建设

、社会建设、生态文明建设中的积极作用。各省市为了响应国家号召，积极推动互联网广告行业的发展，比如江西省发布的《关于进一步做好道路交通安全宣传工作的通知》提出开设专栏、组织专访、刊播公益广告、张贴宣传海报、悬挂宣传标语、编发推送交通安全提示短信等，广泛深入开展交通安全宣传活动，加大人群覆盖，提升活动效果，积极营造全社会共同参与交通安全宣传的良好舆论氛围。

部分省市互联网广告行业相关政策（一）

省市	发布时间	政策名称	主要内容
山东省	2023年1月	山东省建设绿色低碳高质量发展先行区2023年重点工作任务	实施专项推广计划，通过主题宣传、公益广告、直播带货、展会展览等多种形式，助力更多“鲁字号”产品和服务赢得口碑、开拓市场，实现品牌形象和品牌价值的双效提升。
天津市	2023年5月	关于印发贯彻全面巩固疫情防控重大成果推动城乡医疗卫生和环境保护工作补短板强弱项落实举措的通知	

广泛征集健康生活方式相关主题公益广告，优秀作品纳入公益广告库，集中宣传展示。

湖南省 2023年7月 关于加强基层消防安全综合治理工作的意见 各级广电部门把握正确的消防宣传导向，积极开展普及消防安全知识的公益性宣传教育活动，在重要节日、重点时段免费刊播消防安全常识和公益广告。

江西省

2023年2月

关于进一步做好道路交通安全宣传工作的通知 开设专栏、组织专访、刊播公益广告、张贴宣传海报、悬挂宣传标语、编发推送交通安全提示短信等，广泛深入开展交通安全宣传活动，加大人群覆盖，提升活动效果，积极营造全社会共同参与交通安全宣传的良好舆论氛围。

江西省 2023年3月 关于印发安全风险防范大宣传大实践巩固提升行动实施方案的通知 用好各地、各单位、各行业资源，各级宣传部门要协调本地媒体单位，在报纸、广播、电视、网络、户外广告屏、地铁公交视频等载体的重要版面、时段，多频次滚动刊播安全公益广告，营造随处可见的良好工作氛围。江西省 2023年3月 关于发布森林火险橙色预警的通知 预警信息发布平台和广播、电视、报刊、互联网、新媒体等公共媒体在发布橙色预警信号的同时，应加强森林防火宣传，播放森林防火公益广告。

江西省

2023年3月

关于积极推进全省国防动员宣传教育工作的意见 通过举办新闻发布会、文体演出、知识竞赛答题、法律咨询、群众性疏散演练、成就展览、街头宣传，制作公益广告、标语、宣传橱窗、展板和印发宣传材料等形式，深入走进学校、社区、机关企事业单位、乡村、工地等场所，集中开展国防动员宣传活动。

资料来源：观研天下整理

部分省市互联网广告行业相关政策（二）

省市	发布时间	政策名称	主要内容
江西省	2023年5月	关于开展2023年“安全生产月”活动的通知	在楼宇电梯广告屏，飞机、高铁、公交车、地铁等交通工具电子显示屏持续滚动播放安全公益广告，在交通枢纽、商业街区、城市社区、文博场馆、广场、公园等公共场所和高速路口、过街天桥等醒目位置，广泛张贴或悬挂安全标语、横幅、挂图等，形成强大宣传声势
江西省	2023年7月	江西省安全生产条例	要充分利用广播、电视、报纸、新媒体平台等各类途径，通过发布公益广告、发放宣传资料

以及现场答疑等多种形式，普及《条例》的相关规定。 广东省 2023年8月
广东省发展壮大农村经营主体若干措施 鼓励具备条件的农贸市场建立“平台+经营户”双核运营机制，实施“互联网+农贸市场”模式，推动“智慧农贸市场”建设。支持公益广告品牌建设，积极助力乡村振兴战略。 青海省 2023年9月

关于印发2023年青海湖裸鲤资源保护行动方案的通知 加强对旅游景区、旅行社、饭店宾馆、乡村旅游接待点等从业人员的禁渔政策宣传教育,加大对游客和餐饮消费者的法规政策宣传,通过张贴宣传画、景区大屏滚动宣传、推送公益广告等形式加大禁渔宣传力度

西藏自治区 2023年10月 关于2023年冬季至2024年春季森林草原防火命令
各级人民政府要常态化推进森林草原防火宣传“八进”活动,及时向社会发布森林草原高火险公告、禁火令,电视、广播、报纸、互联网等媒体应当及时播发或者刊登防火命令、公告、禁火令、高火险信息、公益广告、典型案例、警示信息,积极营造“全民动员、全民参与”的社会氛围。 上海市 2023年12月 上海市公益广告促进和管理办法 建立公益广告促进和管理协调机制，由市市场监管局、市精神文明办牵头，市新闻出版局、市文化旅游局、市通信管理局、市委网信办、市交通委、市住房城乡建设管理委、市绿化市容局等单位共同参与，负责统筹指导本市公益广告工作，编制年度公益广告宣传指南，研究决定重大事项，推动本市公益广告事业高质量发展。

资料来源：观研天下整理（xyl）

注：上述信息仅供参考，图表均为样式展示，具体数据、坐标轴与数据标签详见报告正文。
个别图表由于行业特性可能会有出入，具体内容请联系客服确认，以报告正文为准。

更多图表和内容详见报告正文。

观研报告网发布的《中国互联网广告行业现状深度研究与发展前景分析报告（2024-2031年）》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，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。

行业报告是业内企业、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。

【目录大纲】

第一章 2019-2023年中国互联网广告行业发展概述

第一节 互联网广告行业发展情况概述

一、互联网广告行业相关定义

二、互联网广告特点分析

三、互联网广告行业基本情况介绍

四、互联网广告行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售/服务模式

五、互联网广告行业需求主体分析

第二节 中国互联网广告行业生命周期分析

一、互联网广告行业生命周期理论概述

二、互联网广告行业所属的生命周期分析

第三节 互联网广告行业经济指标分析

一、互联网广告行业的赢利性分析

二、互联网广告行业的经济周期分析

三、互联网广告行业附加值的提升空间分析

第二章 2019-2023年全球互联网广告行业市场发展现状分析

第一节 全球互联网广告行业发展历程回顾

第二节 全球互联网广告行业市场规模与区域分布情况

第三节 亚洲互联网广告行业地区市场分析

一、亚洲互联网广告行业市场现状分析

二、亚洲互联网广告行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲互联网广告行业市场前景分析

第四节 北美互联网广告行业地区市场分析

一、北美互联网广告行业市场现状分析

二、北美互联网广告行业市场规模与市场需求分析

三、北美互联网广告行业市场前景分析

第五节 欧洲互联网广告行业地区市场分析

一、欧洲互联网广告行业市场现状分析

二、欧洲互联网广告行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲互联网广告行业市场前景分析

第六节 2024-2031年世界互联网广告行业分布走势预测

第七节 2024-2031年全球互联网广告行业市场规模预测

第三章 中国互联网广告行业产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

第二节 我国宏观经济环境对互联网广告行业的影响分析

第三节 中国互联网广告行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

三、主要行业标准

第四节 政策环境对互联网广告行业的影响分析

第五节 中国互联网广告行业产业社会环境分析

第四章 中国互联网广告行业运行情况

第一节 中国互联网广告行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国互联网广告行业市场规模分析

一、影响中国互联网广告行业市场规模的因素

二、中国互联网广告行业市场规模

三、中国互联网广告行业市场规模解析

第三节 中国互联网广告行业供应情况分析

一、中国互联网广告行业供应规模

二、中国互联网广告行业供应特点

第四节 中国互联网广告行业需求情况分析

一、中国互联网广告行业需求规模

二、中国互联网广告行业需求特点

第五节 中国互联网广告行业供需平衡分析

第五章 中国互联网广告行业产业链和细分市场分析

第一节 中国互联网广告行业产业链综述

一、产业链模型原理介绍

二、产业链运行机制

三、互联网广告行业产业链图解

第二节 中国互联网广告行业产业链环节分析

一、上游产业发展现状

二、上游产业对互联网广告行业的影响分析

三、下游产业发展现状

四、下游产业对互联网广告行业的影响分析

第三节 我国互联网广告行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

第六章 2019-2023年中国互联网广告行业市场竞争分析

第一节 中国互联网广告行业竞争现状分析

一、中国互联网广告行业竞争格局分析

二、中国互联网广告行业主要品牌分析

第二节 中国互联网广告行业集中度分析

一、中国互联网广告行业市场集中度影响因素分析

二、中国互联网广告行业市场集中度分析

第三节 中国互联网广告行业竞争特征分析

一、企业区域分布特征

二、企业规模分布特征

三、企业所有制分布特征

第七章 2019-2023年中国互联网广告行业模型分析

第一节 中国互联网广告行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、波特五力模型原理

二、供应商议价能力

三、购买者议价能力

四、新进入者威胁

五、替代品威胁

六、同业竞争程度

七、波特五力模型分析结论

第二节 中国互联网广告行业SWOT分析

一、SOWT模型概述

二、行业优势分析

三、行业劣势

四、行业机会

五、行业威胁

六、中国互联网广告行业SWOT分析结论

第三节 中国互联网广告行业竞争环境分析（PEST）

一、PEST模型概述

二、政策因素

三、经济因素

四、社会因素

五、技术因素

六、PEST模型分析结论

第八章 2019-2023年中国互联网广告行业需求特点与动态分析

第一节 中国互联网广告行业市场动态情况

第二节 中国互联网广告行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 互联网广告行业成本结构分析

第四节 互联网广告行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、其他因素

第五节 中国互联网广告行业价格现状分析

第六节 中国互联网广告行业平均价格走势预测

一、中国互联网广告行业平均价格趋势分析

二、中国互联网广告行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国互联网广告行业所属行业运行数据监测

第一节 中国互联网广告行业所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国互联网广告行业所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国互联网广告行业所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第十章 2019-2023年中国互联网广告行业区域市场现状分析

第一节 中国互联网广告行业区域市场规模分析

一、影响互联网广告行业区域市场分布的因素

二、中国互联网广告行业区域市场分布

第二节 中国华东地区互联网广告行业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区互联网广告行业市场分析

（1）华东地区互联网广告行业市场规模

（2）华南地区互联网广告行业市场现状

（3）华东地区互联网广告行业市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区互联网广告行业市场分析

（1）华中地区互联网广告行业市场规模

（2）华中地区互联网广告行业市场现状

（3）华中地区互联网广告行业市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区互联网广告行业市场分析

（1）华南地区互联网广告行业市场规模

（2）华南地区互联网广告行业市场现状

（3）华南地区互联网广告行业市场规模预测

第五节 华北地区互联网广告行业市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区互联网广告行业市场分析

（1）华北地区互联网广告行业市场规模

（2）华北地区互联网广告行业市场现状

（3）华北地区互联网广告行业市场规模预测

第六节 东北地区市场分析

一、东北地区概述

二、东北地区经济环境分析

三、东北地区互联网广告行业市场分析

（1）东北地区互联网广告行业市场规模

（2）东北地区互联网广告行业市场现状

（3）东北地区互联网广告行业市场规模预测

第七节 西南地区市场分析

一、西南地区概述

二、西南地区经济环境分析

三、西南地区互联网广告行业市场分析

（1）西南地区互联网广告行业市场规模

（2）西南地区互联网广告行业市场现状

（3）西南地区互联网广告行业市场规模预测

第八节 西北地区市场分析

一、西北地区概述

二、西北地区经济环境分析

三、西北地区互联网广告行业市场分析

（1）西北地区互联网广告行业市场规模

（2）西北地区互联网广告行业市场现状

（3）西北地区互联网广告行业市场规模预测

第十一章 互联网广告行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第六节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第七节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第八节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第九节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第十节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第十二章 2024-2031年中国互联网广告行业发展前景分析与预测

第一节 中国互联网广告行业未来发展前景分析

一、互联网广告行业国内投资环境分析

二、中国互联网广告行业市场机会分析

三、中国互联网广告行业投资增速预测

第二节 中国互联网广告行业未来发展趋势预测

第三节 中国互联网广告行业规模发展预测

一、中国互联网广告行业市场规模预测

二、中国互联网广告行业市场规模增速预测

三、中国互联网广告行业产值规模预测

四、中国互联网广告行业产值增速预测

五、中国互联网广告行业供需情况预测

第四节 中国互联网广告行业盈利走势预测

第十三章 2024-2031年中国互联网广告行业进入壁垒与投资风险分析

第一节 中国互联网广告行业进入壁垒分析

一、互联网广告行业资金壁垒分析

二、互联网广告行业技术壁垒分析

三、互联网广告行业人才壁垒分析

四、互联网广告行业品牌壁垒分析

五、互联网广告行业其他壁垒分析

第二节 互联网广告行业风险分析

一、互联网广告行业宏观环境风险

二、互联网广告行业技术风险

三、互联网广告行业竞争风险

四、互联网广告行业其他风险

第三节 中国互联网广告行业存在的问题

第四节 中国互联网广告行业解决问题的策略分析

第十四章 2024-2031年中国互联网广告行业研究结论及投资建议

第一节 观研天下中国互联网广告行业研究综述

一、行业投资价值

二、行业风险评估

第二节 中国互联网广告行业进入策略分析

一、行业目标客户群体

二、细分市场选择

三、区域市场的选择

第三节 互联网广告行业营销策略分析

一、互联网广告行业产品策略
二、互联网广告行业定价策略
三、互联网广告行业渠道策略
四、互联网广告行业促销策略
第四节 观研天下分析师投资建议
图表详见报告正文

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202406/711931.html>