

2018年中国移动广告市场分析报告- 行业运营态势与发展趋势研究

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《2018年中国移动广告市场分析报告-行业运营态势与发展趋势研究》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/343258343258.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

历史上每一次科技的重大革新都伴随着广告行业的颠覆。目前移动广告的受众规模越来越大，移动广告正成为中国最重要的网络广告形式。2017年中国移动广告市场规模为2782亿元，占互联网总体广告市场的47%。预计到2018年移动广告市场规模将超过3000亿元，占互联网广告规模的80%。每个人每天在手机上滑动的距离可达到800米。

2013-2017年我国移动广告市场规模

数据来源：观研天下数据中心整理

另外，正如PC时代新闻门户为上网入口，移动时代微信等即时通讯抢先，未来网民习惯从哪个应用触达服务尚未可知。即便微信如此强势的产品也不希望仅仅是一个上网入口，只有购买、支付、会员体系均在其中完成，才能拿下WiFi联网环境下最核心的数据，在这一维度，用户习惯培养至关重要。与此相关，支付宝也在开展此类动作。

不容忽视的还有安全问题。WiFi未来的趋势一定会更大范围地普及，在为使用者提供极大方便的同时，也给钓鱼者提供了可乘之机，所以使用的时候一定要小心。很多免费WiFi的背后是不法分子设置的钓鱼陷阱，希望通过这些途径获取使用者的个人信息。

而除了不法分子恶意制造WiFi安全风险，数据的繁多芜杂本身也存在泄露和滥用风险。在O2O商业构想中，WiFi是获取用户账号、个人信息的重要途径，处置妥当能够提升用户体验，稍有不慎就可能引发泄密事件。

而微信的入局则让另一种模式更具想像力——O2O。微信会为商家提供一些基于WiFi监测的数据，比如到客量、日访问量、新旧用户等消费者数据，帮助商家进行营业数据分析。

而迈外迪和深圳无微不至等企业承担这一O2O构想的中间环节，架构设备、分析数据，为商家提供整套的WiFi解决方案。

产业链上的机遇很多，作为直接面向用户的桌面级应用，WiFi万能钥匙本身就能尝试美团、大众点评等O2O业务，不过更高明的方式是做开放平台，接入他们。但前提是有足够的用户量级和打开率，按照陈大年的逻辑，“建立连接”让一切成为可能，一切可能也才刚刚开始。（ZPP）

观研天下发布的《2018年中国移动广告市场分析报告-行业运营态势与发展趋势研究》

内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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。

第一章2017年中国移动广告行业发展概述

第一节移动广告行业发展现状

一、移动广告行业定义

二、移动广告行业特性及在国民经济中的地位

第二节移动广告行业供求情况

一、移动广告行业需求情况

二、移动广告行业市场规模

第三节2018-2024年中国移动广告行业发展趋势分析

一、移动广告行业发展趋势

二、移动广告市场规模预测

三、移动广告行业应用趋势预测

四、移动广告细分市场发展趋势预测

第二章2017年中国移动广告行业发展环境分析

第一节经济发展环境分析

一、中国GDP增长情况分析

二、工业经济发展形势分析

三、社会固定资产投资分析

四、城乡居民收入增长分析

五、居民消费价格变化分析

第二节移动广告行业政策环境分析

一、行业监管管理体制

二、行业相关政策分析

三、上下游产业政策影响

第三节移动广告行业环境分析

一、行业发展概况

二、行业发展现状

第四节移动广告行业社会环境发展分析

第三章2017年中国移动广告行业产业链分析

第一节移动广告行业产业链概述

一、上游行业影响及风险分析

二、下游行业风险分析及提示

三、关联行业风险分析及提示

第二节移动广告上游产业发展状况分析

一、上游行业发展现状

二、上游行业发展趋势

第三节移动广告下游应用需求市场调研

一、行业发展现状分析

二、行业需求状况分析

三、行业需求前景分析

第四章2017年中国移动广告行业渠道分析

第一节渠道形式及对比

第二节各类渠道对移动广告行业的影响

第三节主要移动广告企业渠道策略研究

第五章2017年中国移动广告行业发展分析

第一节中国移动广告行业发展现状

第二节移动广告行业特点分析

第三节移动广告行业发展趋势分析

第六章2017年中国移动广告行业供需情况及集中度分析

第一节移动广告行业发展状况

- 一、移动广告行业市场供给分析
- 二、移动广告行业市场需求分析
- 三、移动广告行业市场规模分析

第二节移动广告行业集中度分析

- 一、行业市场区域分布情况
- 二、行业市场集中度情况
- 三、行业企业集中度分析

第七章2017年中国移动广告行业运行状况分析

第一节行业市场概况

第二节行业现行情况分析

- 一、行业相关动态概述
- 二、行业发展热点聚焦

第八章2017年中国移动广告行业主要数据监测分析

第一节移动广告行业总体数据分析

第二节移动广告行业不同规模企业数据分析

第三节移动广告行业不同所有制企业数据分析

第九章2017年中国移动广告行业竞争格局分析

第一节行业总体市场竞争状况分析

一、移动广告行业竞争结构分析

- 1、现有企业间竞争
- 2、潜在进入者分析
- 3、替代品威胁分析
- 4、供应商议价能力
- 5、客户议价能力
- 6、竞争结构特点总结

二、移动广告行业企业间竞争格局分析

- 1、不同地域企业竞争格局
- 2、不同规模企业竞争格局
- 3、不同所有制企业竞争格局

三、移动广告行业SWOT分析

- 1、移动广告行业优势分析
- 2、移动广告行业劣势分析
- 3、移动广告行业机会分析
- 4、移动广告行业威胁分析

第二节移动广告行业竞争格局综述

一、移动广告行业竞争概况

- 1、移动广告行业竞争格局
- 2、移动广告业未来竞争格局和特点
- 3、移动广告市场进入及竞争对手分析

二、移动广告行业竞争力分析

- 1、移动广告行业竞争力剖析
- 2、移动广告企业市场竞争的优势
- 3、国内移动广告企业竞争能力提升途径

三、移动广告（服务）竞争力优势分析

- 1、整体竞争力评价
- 2、竞争力评价结果分析
- 3、竞争优势评价及构建建议

第十章2017年中国移动广告主要生产企业发展概述

第一节分众传媒

- 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

第二节思美传媒

- 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

第三节华扬联众

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

第四节蓝色光标

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

第十一章2018-2024年移动广告行业趋势预测分析

第一节移动广告行业未来发展预测分析

一、移动广告行业发展方向及投资机会分析

二、移动广告行业发展规模分析

三、移动广告行业发展趋势分析

四、移动广告行业“十三五”整体规划及预测

第二节移动广告行业供需预测

一、移动广告行业供给预测

二、移动广告行业需求预测

第十二章2018-2024年中国移动广告行业投资前景预警

第一节移动广告风险评级模型

一、行业定位

二、宏观环境

三、财务状况

四、需求空间

五、供给约束

六、行业风险评级的结论

第二节移动广告行业发展中存在的问题

第三节针对移动广告不同企业的投资建议

一、移动广告总体投资建议

二、大型企业投资建议

三、中小型企业投资建议

第四节移动广告投资前景提示

一、政策和体制风险

二、技术发展风险

三、市场竞争风险

四、经营管理风险

第十三章2018-2024年中国移动广告行业投资策略及投资建议

第一节移动广告企业投资前景规划背景意义

一、企业转型升级的需要

二、企业强做大做的需要

三、企业可持续发展需要

第二节移动广告企业战略规划制定依据

一、国家产业政策

二、行业发展规律

三、企业资源与能力

四、可预期的战略定位

第三节移动广告企业战略规划策略分析

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、区域战略规划

四、产业战略规划

五、竞争战略规划

第四节移动广告企业重点客户战略实施

一、重点客户战略的必要性

二、重点客户的鉴别与确定

三、重点客户的开发与培育

图表目录：

图表：移动广告行业渠道格局分析

图表：移动广告所属行业生命周期判断

图表：移动广告行业销售渠道控制五力模型

图表：中国移动广告行业产业链

图表：中国移动广告行业市场结构分析

图表：中国移动广告行业竞争群组分析

图表：中国移动广告行业需求集中度分析

图表：中国移动广告行业区域市场分布情况

图表：2017年移动广告行业市场供给

图表：2017年移动广告行业市场需求

图表：2017年移动广告行业市场规模

图表：2017年中国移动广告行业供需平衡分析

图表：2017年中国移动广告行业市场规模分析

图表：2017年全球移动广告行业市场规模及增速（GYZQ）

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/guanggaochuanmei/343258343258.html>