

2016-2022年中国无线广告市场运营现状及十三五 未来前景分析报告

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《2016-2022年中国无线广告市场运营现状及十三五未来前景分析报告》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：<https://baogao.chinabaogao.com/guanggaochuanmei/253527253527.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: sales@chinabaogao.com

联系人：客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，页面图表可能存在缺失；格式美观性可能有欠缺，实际报告排版规则、美观；可联系客服索取更完整的目录大纲。

二、报告目录及图表目录

中国报告网发布的《2016-2022年中国无线广告市场运营现状及十三五未来前景分析报告》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。

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。

报告目录：

第一章全球无线广告行业市场发展状况分析

1.1无线广告的定义范畴

1.22016-2022年全球无线广告的发展状况

1.32016-2022年全球经济中中国经济形势分析

1.42016-2022年全球无线广告规模的发展及预测

1.52016-2022年全球无线广告行业价值链环境

1.62016-2022年全球无线广告典型商业模式

1.72016-2022年全球无线广告形式特征分析

第二章中国无线广告市场发展趋势分析

2.12016-2022年中国无线广告的产业链构成

2.22016-2022年中国无线广告的发展现状

2.32016-2022年中国无线广告商业模式和特点

2.42016-2022年4G产业对中国无线广告市场发展的影响

2.52016-2022年中国无线广告模式占比份额结构

2.62016-2022年中国手机广告效果现状

2.72016-2022年中国手机广告效果评估分析

2.8手机广告的发展前景和发展阻力分析

第三章中国无线广告市场行业定性发展趋势分析

3.12016-2022年中国无线广告行业面临的几大问题

3.22016-2022年中国无线广告行业迎来的挑战

3.3中国无线广告市场未来发展的主要推动因素分析

3.42016-2022年中国运营商的无线广告业探讨

3.52016-2022年中国无线广告企业的盈利模式

3.6中国无线广告市场与全球国际市场的对比分析

第四章中国无线广告产业环境分析

4.12016-2022年中国无线广告的社会环境

4.22016-2022年宏观环境对中国无线广告市场的影响

4.32016-2022年中国智能终端与移动互联网规模调查

4.3.12016-2022年中国智能手机的发展规模

4.3.22016-2022年中国移动互联网规模的发展

4.42016-2022年中国无线广告规模的发展及预测

第五章中国无线广告市场状况调查分析

5.12016-2022年中国手机网页广告市场规模

5.22016-2022年中国手机客户端广告市场规模

5.32016-2022年中国短信/彩信类广告市场规模

5.42016-2022年中国手机报刊广告市场规模

5.52016-2022年中国无线广告互动营销市场规模

第六章中国无线广告受众行为调查分析

6.1中国无线广告受众的手机使用状况分析

6.1.12016-2022年中国无线广告受众手机类型调查

6.1.22016-2022年中国无线广告受众基本网络行为(除语音/短信)

6.1.32016-2022年中国无线广告受众手机上网频率调查

6.1.42016-2022年中国无线广告受众内容搜索调查

6.22016-2022年中国无线广告在手机客户端中的效果情况

6.2.12016-2022年中国网民无线广告接触情况调查

6.2.22016-2022年中国无线广告受众点击手机客户端广告原因

6.32016-2022年中国手机网民手机广告了解渠道分析

6.42016-2022年中国无线广告主满意度调查

6.52016-2022年中国手机网民短信类广告处理方式调查

6.62016-2022年中国无线广告受众无线广告观后感调查

6.72016-2022年中国手机网民遭遇手机客户端广告陷阱调查

6.82016-2022年中国手机网民遭遇短信广告类陷阱调查

6.92016-2022年中国手机网民无线广告类型认知调查

第七章中国无线广告主行为调查分析

7.12016-2022年中国无线广告主首选代理联盟平台要求

- 7.22016-2022年中国无线广告主首选代理平台首选原因分析
- 7.32016-2022年中国品牌广告商首选无线广告媒介类型调查
- 7.42016-2022年中国品牌广告商首选手机客户端媒介原因调查
- 7.52016-2022年中国最热衷手机客户端类广告投放行业调查
- 7.62016-2022年中国最热衷短信类广告投放行业调查
- 第八章中国无线广告受众行为状况调查分析
 - 8.12016-2022年中国手机广告代理市场占有率调查
 - 8.22016-2022年中国无线广告受众区域分布状况调查
 - 8.32016-2022年中国无线广告受众学历水平分布状况调查
 - 8.42016-2022年中国无线广告受众职业分布状况调查
 - 8.52016-2022年中国无线广告受众年龄结构调查
 - 8.62016-2022年中国无线广告受众性别结构调查
 - 8.72016-2022年中国无线广告受众月收入范围调查
 - 8.82016-2022年中国无线广告受众家庭月总收入范围
- 第九章2016-2022年全球国际无线广告市场概况简析
 - 9.1美国无线广告市场发展状况简析
 - 9.2韩国无线广告市场发展状况简析
 - 9.3日本无线广告市场发展状况简析
 - 9.4印度无线广告市场发展状况简析
 - 9.5中国无线广告市场发展状况简析
- 第十章中国无线广告主关注广告运营企业运作模式
 - 10.1AdMob
 - 10.2有米广告
 - 10.3哇棒 (wooboo)
 - 10.4亿动广告传媒 (Madhouse)
 - 10.5架势 (casee)
 - 10.6多盟智胜
 - 10.7淘告广告
 - 10.8指点传媒

图表目录：

- 图1.22014-2015全球无线广告市场规模状况
- 图1.42016-2022年全球无线广告市场规模
- 图1.5无线广告行业价值链分析
- 表1.6手机广告的商业运作模式
- 表1.7无线广告的形式及其功能

表2.3中国无线广告商业模式及特点

图2.52016-2022年中国无线广告份额结构

图4.1影响中国无线广告的社会环境因素分析

图4.3.12016-2022年中国智能手机的发展规模

图4.3.22016-2022年中国移动互联网发展规模

图4.42016-2022年中国无线广告规模的发展及预测

图5.12016-2022年中国手机网页广告市场规模

图5.22016-2022年中国手机客户端广告市场规模

图5.32016-2022年中国短信/彩信类广告市场规模

图5.42016-2022年中国手机报刊广告市场规模

图5.52016-2022年中国无线广告互动营销市场规模

图6.1.12016-2022年中国无线广告受众手机类型调查

图6.1.22016-2022年中国无线广告受众基本网络行为(除语音/短信)

图6.1.32016-2022年中国无线广告受众手机上网频率调查

图6.1.42016-2022年中国无线广告受众内容搜索调查

图6.2.12016-2022年中国网民无线广告接触情况调查

图6.2.22016-2022年中国无线广告受众点击手机客户端广告原因

图6.32016-2022年中国手机网民手机广告了解渠道分析

图6.42016-2022年中国无线广告主满意度调查

图6.52016-2022年中国手机网民短信类广告处理方式调查

图6.62016-2022年中国无线广告受众无线广告观后感调查

图6.72016-2022年中国手机网民遭遇手机客户端广告陷阱调查

图6.82016-2022年中国手机网民遭遇短信广告类陷阱调查

图6.92016-2022年中国手机网民手机广告类型认知调查

图7.12016-2022年中国无线广告主首选代理联盟平台要求

图7.22016-2022年中国无线广告主首选代理平台首选原因分析

图7.32016-2022年中国品牌广告商首选无线广告媒介类型调查

图7.42016-2022年中国品牌广告商首选手机客户端媒介原因调查

图7.52016-2022年中国最热衷手机客户端类广告投放行业调查

图7.62016-2022年中国最热衷短信类广告投放行业调查

图8.12016-2022年中国手机广告代理市场占有率调查

图8.22016-2022年中国无线广告受众区域分布状况调查

图8.32016-2022年中国无线广告受众学历水平分布状况调查

图8.42016-2022年中国无线广告受众职业分布状况调查

图8.52016-2022年中国无线广告受众年龄结构调查

图8.62016-2022年中国无线广告受众性别结构调查

图8.72016-2022年中国无线广告受众月收入范围调查

图8.82016-2022年中国无线广告受众家庭月总收入范围

图10.12016-2022年AdMob广告请求增长速度状况

图10.7.1淘告广告运营模式分析

图10.8指点传媒运营模式分析

图表详见正文•••••

特别说明：中国报告网所发行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，有利于降低企事业单位决策风险。（GY KWW）

详细请访问：<https://baogao.chinabaogao.com/guanggaochuanmei/253527253527.html>