

# 中国手机广告市场分析预测及行业应用前景分析 报告（2012-2016）

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《中国手机广告市场分析预测及行业应用前景分析报告（2012-2016）》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/133798133798.html>

报告价格：电子版: 7000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

2011年第三季度,随着中国手机用户高达近8.5亿数量,手机上网用户赶超互联网PC用户的同时,手机作为一种新型媒体的应用价值也日益凸现。手机媒体拥有其它媒体无法比拟的优势,例如复盖人群最广、传播成本比较低廉、可以最方便地把人们的零碎时间利用起来,并且能够极为快捷地传播信息。特别是3G时代到来,苹果iphone 高端智能手机和移动终端ip aid的风行一时,各种智能应用和多媒体的形式也将充分体手机上实现,这无疑是给手机广告商和广告主更大的发挥空间。智能3G手机普及之后,手机媒体将成为普通人在日常生活中获得信息的重要手段.手机媒体,确切地说移动终端媒体也将成为下一个广告圣地。

中国报告网发布的《中国手机广告市场分析预测及行业应用前景分析报告(2012-2016)》共十二章。首先介绍了中国手机广告行业的概念,接着分析了中国手机广告行业发展环境,然后对中国手机广告行业市场运行态势进行了重点分析,最后分析了中国手机广告行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国手机广告行业有个系统的了解或者想投资该行业,本报告将是您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。

### 第一章 手机广告行业发展概述

#### 第一节 广告简介

- 一、广告的意义
- 二、广告的本质特点和要素
- 三、广告的分类和主要形式
- 四、广告媒体

#### 第二节 手机广告

- 一、手机广告特点
- 二、手机广告的划分
- 三、手机广告的主要功能
- 四、手机广告媒体
- 五、手机广告的特征

### 第二章 国内外广告行业运行态势分析

#### 第一节 世界广告业发展分析

- 一、世界广告媒体发展点评
- 二、世界广告业的逻辑发展轨迹解析
- 三、金融危机中对海外广告市场的影响分析

#### 四、全球部分国家广告业运行动态分析

- 1、美国
- 2、日本
- 3、英国
- 4、俄罗斯

#### 第二节 中国广告市场现状综述

- 一、中国广告业统计数据分
- 二、中国广告业的产业组织结构解析
- 三、中国广告业规模跃居世界第二
- 四、广告市场上的外资发展分析
- 五、中国广告行业创意发展分析

#### 第三节 中国广告行业的发展分析

- 一、三大主流媒体广告收入状况
- 二、中国广告公司数量增速放缓

#### 第四节 中国广告市场存在问题分析

- 一、中国广告行业的“多米诺效应”分析
- 二、广告业的市场壁垒效应分析
- 三、阻碍中国广告行业发展的四大问题解析
- 四、新兴媒体侵占传统媒体广告空间
- 五、中国广告业的生存瓶颈问题解析
- 六、中国广告市场洗牌在即

#### 第五节 中国广告市场发展对策分析

- 一、中国广告行业要实行集团化发展
- 二、中国广告教育需要新思维
- 三、要牢记广告的“根本”
- 四、广告目标受众问题对策解析
- 五、有效广告投放途径分析

### 第三章 世界手机广告业发展形势分析

#### 第一节 世界手机广告业发展分析

- 一、美国手机广告业发展分析
- 二、日本手机广告业发展分析
- 三、俄罗斯手机广告业发展分析

#### 第二节 世界手机广告市场需求分析

- 一、世界手机广告市场需求量分析
- 二、世界手机广告策划分析

三、国外企业进军中国市场情况

四、世界手机广告业竞争分析

第三节 2012-2016年世界手机广告市场发展趋势分析

第四章 中国手机广告行业发展分析

第一节 中国手机广告行业概况

一、中国手机广告发展历程

二、中国手机广告的产品类别

三、中国的手机广告产业的整合分析

四、跨行业合作形势下手机广告的优势

第二节 中国手机广告市场发展现状

一、手机广告的投放特点

二、手机广告对用户消费的影响

三、手机广告发展形式分析

四、手机广告规范情况分析

第三节 手机广告市场空间分析

一、中国手机广告市场规模

二、高校手机广告市场规模

三、手机广告市场规模预测

第五章 中国手机广告业务市场环境分析

第一节 国内手机广告业务经济环境分析

一、GDP历史变动轨迹分析

二、固定资产投资历史变动轨迹分析

三、2012年中国手机广告业务经济发展预测分析

第二节 中国手机广告业务行业政策环境分析

第六章 中国手机广告受众及投放分析

第一节 手机广告的投放原因及特点

一、投放手机广告的原因

二、手机广告在广告媒体中的地位

三、手机广告接受度情况分析

四、制约手机广告发展的瓶颈

第二节 中国手机广告受众分析

一、受众接触手机广告的黄金时间

二、受众最感兴趣的广告形式

三、受众最感兴趣的广告内容

第三节 中国影响手机广告投放的要素分析

一、影响手机广告投放宏观因素分析

二、吸引受众的最重要的要素

三、消费热点决定记忆程度

第七章 中国手机广告主要形式发展分析

第一节 PUSH类广告

一、PUSH类广告的介绍

二、PUSH类广告的优势

三、PUSH类广告的关注度

四、2011年PUSH类广告发展分析

第二节 WAP类广告

一、WAP类广告的介绍

二、WAP类广告的优势

三、WAP类广告的关注度

四、2011年WAP类广告发展分析

第三节 业务嵌入类广告发展分析

一、业务嵌入类广告的介绍

二、业务嵌入类广告的优势

三、业务嵌入类广告的关注度

四、2011年业务嵌入类广告发展分析

第四节 语音类广告发展分析

一、语音类广告的介绍

二、语音类广告的优势

三、语音类广告的关注度

四、2011年语音类广告发展分析

第五节 小区广播类广告发展分析

一、小区广播类广告的介绍

二、小区广播类广告的优势

三、小区广播类广告的关注度

四、2011年小区广播类广告发展分析

第六节 终端内置类广告发展分析

一、终端内置类广告的介绍

二、终端内置类广告的优势

三、终端内置类广告的关注度

四、2011年终端内置类广告发展分析

第七节 搜索类广告发展分析

- 一、搜索类广告的介绍
- 二、搜索类广告的优势
- 三、搜索类广告的关注度
- 四、2011年搜索类广告发展分析
- 第八章 中国手机广告区域市场竞争力比较分析
  - 第一节 北京
    - 一、北京各大重要行业手机广告发展分析
    - 二、北京手机广告业发展存在的问题分析
  - 第二节 上海
    - 一、海市手机广告业发展特点分析
    - 二、上海手机广告业的效益优势分析
    - 三、手机广告公司经营状况及策略分析
  - 第三节 广东
    - 一、手机广告业发展阶段分析
    - 二、手机广告业竞争状况分析
    - 三、广东手机广告业发展分析
- 第九章 中国手机广告产业市场竞争格局分析
  - 第一节 中国各种广告形式市场竞争综合分析
    - 一、互联网与传统广告行业竞合分析
    - 二、谷歌微软对传统广告公司的压力
    - 三、中国广告业界软硬广告竞争分析
    - 四、央视重点时段广告竞争分析
    - 五、移动广告行业竞争形势分析
  - 第二节 中国手机广告业竞争状况分析
    - 一、中国手机广告品牌竞争分析
    - 二、中国手机广告价格竞争分析
    - 三、中国手机广告竞争战略分析
  - 第三节 中国手机广告企业竞争策略分析
- 第十章 中国手机媒体广告产业链各环节重点企业分析
  - 第一节 运营商
    - 一、中国移动
      - 1、发展思路
      - 2、发展定位
      - 3、试点情况
    - 二、中国联通

## 第二节 SP

### 一、分众传媒

#### 1、远景与战略

#### 2、核心价值观

#### 3、现状

### 二、飞拓无限

### 三、上海聚君

### 四、摩拜美迪（移动传媒）

### 五、其他

#### 1、上海文广

#### 2、空中网

#### 3、GOOGLE

## 第三节 终端厂商

### 一、诺基亚

### 二、摩托罗拉

## 第十一章 2012-2016年中国手机广告行业发展趋势分析

### 第一节 2012-2016年中国广告行业发展趋势分析

#### 一、全球广告业收入预测

#### 二、中国广告行业未来趋势分析

#### 三、二十一世纪广告业发展总体趋势展望

#### 四、广告业的娱乐发展趋势

### 第二节 2012-2016年中国手机广告市场趋势前景分析

#### 一、中国手机广告市场发展前景

#### 二、中国手机广告市场潜力分析

#### 三、中国手机广告发展趋势分析

## 第十二章 2012-2016年中国手机广告业投资机会与风险分析

### 第一节 2012-2016年中国广告业投资机会分析

#### 一、金融危机下中国广告市场的投资机遇

#### 二、“第五媒体”广告市场孕育巨大商机

#### 三、网络游戏市场受青睐

#### 四、移动电视媒体广告价值受肯定

#### 五、国际广告公司积极开发二线城市

### 第二节 2012-2016年中国手机广告业投资机会与风险分析

#### 一、机会分析

#### 二、风险分析

图表目录（部分）：

图表：2007-2011年国内生产总值

图表：2007-2011年居民消费价格涨跌幅度

图表：2010年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2007-2011年年末国家外汇储备

图表：2007-2011年财政收入

图表：2007-2011年全社会固定资产投资

图表：2011年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2011年固定资产投资新增主要生产能力

图表：2011年房地产开发和销售主要指标完成情况

图表：.....

更多图表详见正文.....

《中国手机广告市场分析预测及行业应用前景分析报告（2012-2016）》系统全面的调研了手机广告的市场宏观环境情况、行业发展情况、市场供需情况、企业竞争力情况、产品品牌价值情况等，旨在为企业提供专项产品深度市场信息，为企业投资、经营决策提供科学参考依据。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/guanggaochuanmei/133798133798.html>