

2017-2022年中国互联网广告行业发展现状及十三五运行态势预测报告

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《2017-2022年中国互联网广告行业发展现状及十三五运行态势预测报告》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：<http://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/259769259769.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

中国报告网发布的《2017-2022年中国互联网广告行业发展现状及十三五运行态势预测报告》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 互联网广告相关概述

1.1 网络广告的定义及起源

1.1.1 网络广告的定义

1.1.2 网络广告的特点

1.1.3 网络广告的价值

1.2 互联网广告模式

1.2.1 传统展示广告模式

1.2.2 即时信息（IM）广告模式

1.2.3 窄告网广告模式

1.2.4 网络视频广告模式

1.2.5 富媒体（RichMedia）广告

1.2.6 搜索引擎广告

1.2.7 电子邮件广告模式

1.3 网络广告其它相关介绍

1.3.1 网络广告的主要形式

1.3.2 网络广告评估的方法

1.3.3 网络广告的计费方式

第二章 2014-2016年互联网产业发展状况

2.1 2014-2016年世界互联网产业分析

2.2 2014-2016年中国互联网产业综述

2.3 2014-2016年中国互联网行业用户分析

2.3.1 我国互联网用户规模

2.3.2 我国互联网用户分布状况

2.3.3 我国互联网用户结构特征分析

2.4 2014-2016年中国互联网行业竞争状况剖析

2.4.1 我国互联网行业集中度分析

2.4.2 我国互联网行业的进入与退出壁垒分析

2.4.3 我国互联网行业竞争结构分析

2.4.4 我国互联网行业生命周期分析

2.5 互联网产业发展的问题及对策

第三章 2014-2016年世界互联网广告市场

3.1 2014-2016年世界互联网广告市场分析

3.1.1 全球互联网广告发展回顾

3.1.2 2016年全球互联网广告市场简况

3.1.3 2016年全球互联网广告开支状况

3.1.4 全球手机互联网广告开支将急剧上涨

3.2 2014-2016年美国网络广告市场分析

3.3 2014-2016年英国网络广告市场分析

3.4 2014-2016年其它国家网络广告市场分析

3.4.1 法国

3.4.2 俄罗斯

3.4.3 巴西

3.4.4 韩国

3.4.5 泰国

第四章 2014-2016年中国互联网广告行业综合分析

4.1 2014-2016年中国网络广告行业综述

4.1.1 互联网广告的发展阶段分析

4.1.2 我国网络广告市场发展的特点

4.1.3 我国网络广告消费群体分析

4.2 2014-2016年中国网络广告市场的发展

4.3 网络广告精准营销分析

4.3.1 精准营销的优势

4.3.2 网络广告精准营销表现形式及其有效性

4.3.3 网络广告精准营销的缺陷

4.3.4 网络广告精准营销策略

4.4 制约中国网络广告发展的瓶颈

4.5 提升互联网广告投放绩效的关键

第五章 2014-2016年视频广告市场分析

5.1 2014-2016年富媒体广告分析

5.1.1 富媒体广告发展相关概述

5.1.2 富媒体广告发展综述

5.1.3 富媒体广告综合表现力良好

5.1.4 富媒体广告发展存在的问题

5.2 2014-2016年视频广告市场发展综述

5.2.1 全球视频广告市场现状分析

5.2.2 视频广告影响力日益加大

5.2.3 在线视频广告竞争力上升

5.3 2014-2016年中国网络视频广告收入分析

5.4 2014-2016年主要视频网广告发展动态

5.5 视频广告发展的问题及对策

5.6 2016年视频广告行业发展预测

第六章 2014-2016年搜索广告市场分析

6.1 2014-2016年搜索广告发展概况

6.1.1 搜索广告市场发展态势分析

6.1.2 付费搜索广告市场大受欢迎

6.1.3 平板领域付费搜索广告增长迅速

6.1.4 搜索引擎广告付费收录模式分析

6.2 2014-2016年中国搜索广告市场分析

6.3 2014-2016年重点企业搜索广告业务发展状况

6.3.1 搜索广告市场重点企业竞争激烈

6.3.2 百度搜索广告业务发展现状

6.3.3 谷歌搜索广告收入占比高

6.3.4 雅虎搜索广告营收增长情况

6.3.5 易查推出移动搜索关键词广告业务

6.3.6 腾讯搜索发力无线搜索广告市场

第七章 2014-2016年网络游戏广告市场分析

7.1 2014-2016年网络游戏广告发展探析

7.1.1 网络游戏成为广告载体的原因

7.1.2 网络游戏广告发展的优势

7.1.3 2016年中国网络游戏广告市场分析

7.2 网络游戏内置广告相关概述

7.2.1 网络游戏植入式广告定义

7.2.2 网络游戏植入式广告优势

7.2.3 网络游戏植入式广告的植入模式

7.2.4 网游内置广告的技术实现方式

7.3 2014-2016年网络游戏内置广告发展分析

7.3.1 网络游戏植入广告市场剖析

7.3.2 网游植入广告市场呈现多元化发展

7.3.3 网络游戏内置广告市场面临发展机遇

7.3.4 游戏内置广告行业前景看好

7.4 网络游戏内置广告存在的问题及对策

7.5 网络游戏广告开发战略

7.5.1 网络游戏广告的4Ps策略

7.5.2 网络游戏广告的效果测量战略

第八章 2014-2016年互联网广告市场竞争分析

8.1 2014-2016年网络广告与传统媒体广告的竞争

8.1.1 网络广告自适性优于传统媒体广告

8.1.2 全球网络广告超越传统媒体广告

8.1.3 中国网络广告首次超越传统媒体广告

8.1.4 网络广告增长速度超越传统媒体广告

8.2 2014-2016年网络广告市场竞争概况

8.2.1 限广令加剧网络广告市场竞争

8.2.2 中国互联网广告市场竞争格局分析

8.2.3 互联网广告市场竞争激烈

8.3 2014-2016年互联网巨头广告业务竞争状况

8.3.1 三大互联网巨头争夺移动广告市场份额

8.3.2 互联网巨头争占社交网络广告市场

8.3.3 微软、谷歌和雅虎争夺互联网显示广告市场

第九章 2014-2016年重点企业分析

9.1 分众传媒控股有限公司

9.1.1 公司简介

9.1.2 竞争力分析

9.2 悠易互通（北京）广告有限公司

9.2.1 公司简介

9.2.2 竞争力分析

9.3 麒润

9.3.1 公司简介

9.3.2 竞争力分析

9.4 其他网络广告企业分析

9.4.1 华扬联众

9.4.2 郑州市传力广告有限公司

9.4.3 新意互动广告有限公司

第十章 2014-2016年热点行业互联网广告投放分析

10.1 汽车行业

10.2 食品饮料行业

10.3 房产家居行业

10.4 金融行业

10.5 通信行业

10.6 其它行业

10.6.1 手机品牌网络广告投放

10.6.2 医院品牌网络广告投放

10.6.3 服装服饰行业网络广告投放

10.6.4 化妆品及卫生用品行业网络广告投放现状

第十一章 网络广告业趋势预测趋势

11.1 全球网络广告行业发展展望

11.1.1 全球互联网广告市场展望

11.1.2 全球移动互联网广告市场规模分析预测

11.2 中国网络广告业趋势预测趋势分析

11.2.1 我国互联网广告趋势预测看好

11.2.2 未来网络广告行业发展趋向

11.2.3 2017-2022年中国互联网广告业预测分析

图表目录：

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2016年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2016年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2016年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2016年中国GDP增速预测

图表：略.....

（GYZT）

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，请放心查阅。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/259769259769.html>