

2018-2024年中国联网广告市场运行态势及投资战略咨询报告

报告大纲

智研咨询

www.chyxx.com

一、报告简介

智研咨询发布的《2018-2024年中国联网广告市场运行态势及投资战略咨询报告》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://www.chyxx.com/research/201711/580025.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.com

联系人: 刘老师

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

互联网广告包括展示类广告、搜索引擎广告、社交网络效果广告、文字链广告、分类广告和其它形式广告，其中展示类广告和搜索引擎广告是最重要的两种广告形式。

(1) 搜索引擎广告：包括关键字搜索和垂直搜索两种。其中，2015

年关键字搜索广告的市场规模 619.6 亿元，同比增长 42%，增速高于整体网络广告市场，是 份额占比最大的广告类型，占比 29.6%；百度等行业巨头推动关键字搜索广告的快速增长。

(2) 展示类广告：包括品牌图形广告、视频贴片广告、富媒体广告和电商展示广告。2015 年展示类广告的市场规模 728.6 亿元，同比增长 20.3%。其中，品牌图形广告发展趋于成熟，2015 年市场规模 381.1 亿元，同比增长 16.9%。

(3) 社交效果广告：随着微信成为移动互联网的超级 APP、日均活跃用户数接近 7 亿人之后，社交网络效果广告逐渐被广告主所认可，成为一种新兴的互联网广告形式。

2013-2018 年中国不同形式网络广告市场份额及预测

资料来源：公开资料整理

互联网广告的形式

资料来源：公开资料整理

智研咨询发布的《2018-2024年中国联网广告市场运行态势及投资战略咨询报告》共十四章。首先介绍了中国联网广告行业市场发展环境、联网广告整体运行态势等，接着分析了中国联网广告行业市场运行的现状，然后介绍了联网广告市场竞争格局。随后，报告对联网广告做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国联网广告行业发展趋势与投资预测。您若想对联网广告产业有个系统的了解或者想投资中国联网广告行业，本报告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。

报告目录：

第一章 2017年世界互联网广告行业发展态势分析

第一节 2017年世界互联网广告市场发展状况分析

一、世界互联网广告行业特点分析

二、世界互联网广告市场需求分析

第二节 2017年全球互联网广告市场分析

一、2017年全球互联网广告需求分析

二、2017年全球互联网广告产销分析

三、2017年中外互联网广告市场对比

第二章 我国互联网广告行业发展现状

第一节 我国互联网广告行业发展现状

一、互联网广告行业品牌发展现状

互联网广告市场中各家公司份额（单位：%）

资料来源：公开资料整理

二、互联网广告行业消费市场现状

三、互联网广告市场消费层次分析

四、我国互联网广告市场走向分析

第二节 2011-2017年互联网广告行业发展情况分析

一、2017年互联网广告行业发展特点分析

二、2017年互联网广告行业发展情况

第三节 2017年互联网广告行业运行分析

一、2017年互联网广告行业产销运行分析

二、2017年互联网广告行业利润情况分析

三、2017年互联网广告行业发展周期分析

四、2018-2024年互联网广告行业发展机遇分析

五、2018-2024年互联网广告行业利润增速预测

第四节 对中国互联网广告市场的分析及思考

一、互联网广告市场特点

二、互联网广告市场分析

三、互联网广告市场变化的方向

四、中国互联网广告产业发展的新思路

五、对中国互联网广告产业发展的思考

第三章 2017年中国互联网广告市场运行态势剖析

第一节 2017年中国互联网广告市场动态分析

一、互联网广告行业新动态

二、互联网广告主要品牌动态

三、互联网广告行业消费者需求新动态

第二节 2017年中国互联网广告市场运营格局分析

一、市场供给情况分析

二、市场需求情况分析

三、影响市场供需的因素分析

第三节 2017年中国互联网广告市场价格分析

一、热销品牌产品价格走势分析

二、影响价格的主要因素分析

第四章 互联网广告行业经济运行分析

第一节 2017年互联网广告行业主要经济指标分析

一、2017年互联网广告行业主要经济指标分析

二、2017年互联网广告行业主要经济指标分析

第二节 2017年我国互联网广告行业绩效分析

一、2017年行业供应能力

二、2017年行业规模情况

三、2017年行业盈利能力

四、2017年行业经营发展能力

五、2017年行业偿债能力分析

第五章 中国互联网广告行业消费市场分析

第一节 互联网广告市场消费需求分析

一、互联网广告市场的消费需求变化

二、互联网广告行业的需求情况分析

三、2017年互联网广告品牌市场消费需求分析

第二节 互联网广告消费市场状况分析

一、互联网广告行业消费特点

二、互联网广告行业消费分析

三、互联网广告行业消费结构分析

四、互联网广告行业消费的市场变化

五、互联网广告市场的消费方向

第三节 互联网广告行业产品的品牌市场调查

一、消费者对行业品牌认知度宏观调查

二、消费者对行业产品的品牌偏好调查

三、消费者对行业品牌的首要认知渠道

四、消费者经常购买的品牌调查

五、互联网广告行业品牌忠诚度调查

六、互联网广告行业品牌市场占有率调查

七、消费者的消费理念调研

第六章 我国互联网广告行业市场调查分析

第一节 2017年我国互联网广告行业市场宏观分析

一、主要观点

二、市场结构分析

三、整体市场关注度

第二节 2015 中国互联网广告行业市场微观分析

一、产品关注度调查

二、不同价位关注度

第七章 互联网广告行业上下游产业分析

第一节 上游产业分析

一、发展现状

二、发展趋势预测

三、市场现状分析

四、行业竞争状况及其对互联网广告行业的意义

第二节 下游产业分析

一、发展现状

二、发展趋势预测

三、市场现状分析

四、行业新动态及其对互联网广告行业的影响

五、行业竞争状况及其对互联网广告行业的意义

第八章 互联网广告行业竞争格局分析

第一节 行业竞争结构分析

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力分析

五、客户议价能力分析

第二节 行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、企业集中度分析

三、区域集中度分析

第三节 中国互联网广告行业竞争格局综述

一、2017年互联网广告行业集中度

二、2017年互联网广告行业竞争程度

三、2017年互联网广告企业与品牌数量

四、2017年互联网广告行业竞争格局分析

第四节 2011-2017年互联网广告行业竞争格局分析

一、2011-2017年国内外互联网广告行业竞争分析

二、2011-2017年我国互联网广告市场竞争分析

第九章 互联网广告企业竞争策略分析

第一节 互联网广告市场竞争策略分析

一、2017年互联网广告市场增长潜力分析

二、2017年互联网广告主要潜力品种分析

三、现有互联网广告市场竞争策略分析

四、潜力互联网广告竞争策略选择

第二节 互联网广告企业竞争策略分析

一、2018-2024年我国互联网广告市场竞争趋势

二、2018-2024年互联网广告行业竞争格局展望

三、2018-2024年互联网广告行业竞争策略分析

第三节 互联网广告行业发展机会分析

第四节 互联网广告行业发展风险分析

第十章 重点互联网广告企业竞争分析

第一节 悠易互通（北京）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

第二节 科思世通广告（北京）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

第三节 互动通传媒有限公司

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

第四节 新意互动广告有限公司

- 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

第六节 华扬联众数字技术股份有限公司

- 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

第七节 奥美世纪（北京）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

第八节 星鹏泰技术咨询有限公司

- 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

第九节 电众数码（北京）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

第十节 北京腾信创新网络营销技术股份有限公司

- 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 互联网广告行业发展趋势分析

第一节 我国互联网广告行业前景与机遇分析

- 一、我国互联网广告行业发展前景
- 二、我国互联网广告发展机遇分析
- 三、2016年互联网广告行业的发展机遇分析

第二节 2018-2024年中国互联网广告市场趋势分析

- 一、2017年互联网广告市场趋势总结
- 二、2016年互联网广告行业发展趋势分析
- 三、2018-2024年互联网广告市场发展空间
- 四、2018-2024年互联网广告产业政策趋向
- 五、2018-2024年互联网广告行业技术革新趋势
- 六、2018-2024年互联网广告价格走势分析
- 七、2018-2024年国际环境对互联网广告行业的影响

第十二章 互联网广告行业发展趋势与投资战略研究

第一节 互联网广告市场发展潜力分析

- 一、市场空间广阔
- 二、竞争格局变化
- 三、高科技应用带来新生机

第二节 互联网广告行业发展趋势分析

- 一、品牌格局趋势
- 二、渠道分布趋势

三、消费趋势分析

第三节 互联网广告行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第四节 对我国互联网广告品牌的战略思考

一、企业品牌的重要性

二、互联网广告实施品牌战略的意义

三、互联网广告企业品牌的现状分析

四、我国互联网广告企业的品牌战略

五、互联网广告品牌战略管理的策略

第十三章 2018-2024年互联网广告行业发展预测

第一节 未来互联网广告需求与消费预测

一、2018-2024年互联网广告产品消费预测

二、2018-2024年互联网广告市场规模预测

三、2018-2024年互联网广告行业总产值预测

四、2018-2024年互联网广告行业销售收入预测

五、2018-2024年互联网广告行业总资产预测

第二节 2018-2024年中国互联网广告行业供需预测

一、2018-2024年中国互联网广告供给预测

二、2018-2024年中国互联网广告产量预测

三、2018-2024年中国互联网广告需求预测

四、2018-2024年中国互联网广告供需平衡预测

五、2018-2024年中国互联网广告产品价格预测

第三节 影响互联网广告行业发展的主要因素

一、2018-2024年影响互联网广告行业运行的有利因素分析

二、2018-2024年影响互联网广告行业运行的稳定因素分析

三、2018-2024年影响互联网广告行业运行的不利因素分析

四、2018-2024年我国互联网广告行业发展面临的挑战分析

五、2018-2024年我国互联网广告行业发展面临的机遇分析

第四节 互联网广告行业投资风险及控制策略分析

- 一、2018-2024年互联网广告行业市场风险及控制策略
- 二、2018-2024年互联网广告行业政策风险及控制策略
- 三、2018-2024年互联网广告行业经营风险及控制策略
- 四、2018-2024年互联网广告行业技术风险及控制策略
- 五、2018-2024年互联网广告行业同业竞争风险及控制策略
- 六、2018-2024年互联网广告行业其他风险及控制策略

第十四章投资建议（ZY GXH）

第一节 行业研究结论

第二节 行业发展建议（ZY GXH）

图表目录：

图表：互联网广告产业链分析

图表：国际互联网广告市场规模

图表：国际互联网广告生命周期

图表：中国GDP增长情况

图表：中国CPI增长情况

图表：中国人口数及其构成

图表：中国工业增加值及其增长速度

图表：中国城镇居民可支配收入情况

图表：2014-2017年我国互联网广告行业需求及增长情况

图表：2014-2017年我国互联网广告行业需求及增长对比

图表：2014-2017年我国互联网广告行业管理费用及增长情况

图表：2014-2017年我国互联网广告行业资产及增长情况

图表：2014-2017年我国互联网广告行业资产及增长对比

图表：2014-2017年中国互联网广告市场规模

图表：2014-2017年我国互联网广告供应情况

图表：2014-2017年我国互联网广告需求情况

图表：2018-2024年中国互联网广告市场规模预测

图表：2018-2024年我国互联网广告供应情况预测

图表：2018-2024年我国互联网广告需求情况预测

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201711/580025.html>