

2018-2024年中国联网广告市场供需预测及投资战略研究报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2018-2024年中国联网广告市场供需预测及投资战略研究报告》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/201711/580031.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

2015-2018年中国移动广告（包括移动搜索、应用广告、移动视频广告等）市场规模901亿元，同比增长203%，预计2018年有望达到3267亿元，3年CAGR为54%。

2012-2018年中国互联网广告市场规模

资料来源：公开资料，智研咨询整理

智研咨询发布的《2018-2024年中国联网广告市场供需预测及投资战略研究报告》共十三章。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年中国互联网广告行业发展概述

第一节 互联网广告行业发展现状

- 一、互联网广告行业定义
- 二、互联网广告行业特性及在国民经济中的地位

第二节 互联网广告行业供求情况

- 一、互联网广告行业需求情况
- 二、互联网广告行业市场规模

第三节 2018-2024年中国互联网广告行业发展趋势分析

- 一、互联网广告行业发展趋势
- 二、互联网广告市场规模预测
- 三、互联网广告行业应用趋势预测
- 四、互联网广告细分市场发展趋势预测

第二章 2017年中国互联网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 互联网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 互联网广告行业环境分析

一、行业发展概况

二、行业发展现状

第四节 互联网广告行业社会环境发展分析

第三章 2017年中国互联网广告行业产业链分析

第一节 互联网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 互联网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 互联网广告下游应用需求市场分析

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年中国互联网广告行业渠道分析

第一节 渠道形式及对比

第二节 各类渠道对互联网广告行业的影响

第三节 主要互联网广告企业渠道策略研究

第五章 2017年中国互联网广告行业发展分析

第一节 中国互联网广告行业发展现状

第二节 互联网广告行业特点分析

第三节 互联网广告行业发展趋势分析

第六章 2017年中国互联网广告行业供需情况及集中度分析

第一节 互联网广告行业发展状况

一、互联网广告行业市场供给分析

二、互联网广告行业市场需求分析

三、互联网广告行业市场规模分析

第二节 互联网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年中国互联网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

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。

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

第二节 行业最新动态分析

一、行业相关动态概述

二、行业发展热点聚焦

第八章 2017年中国互联网广告行业主要数据监测分析

第一节 互联网广告行业总体数据分析

第二节 互联网广告行业不同规模企业数据分析

第三节 互联网广告行业不同所有制企业数据分析

第九章 2017年中国互联网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、互联网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、互联网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、互联网广告行业SWOT分析

1、互联网广告行业优势分析

2、互联网广告行业劣势分析

3、互联网广告行业机会分析

4、互联网广告行业威胁分析

第二节 互联网广告行业竞争格局综述

一、互联网广告行业竞争概况

1、互联网广告行业竞争格局

2、互联网广告业未来竞争格局和特点

3、互联网广告市场进入及竞争对手分析

二、互联网广告行业竞争力分析

1、互联网广告行业竞争力剖析

2、互联网广告企业市场竞争的优势

3、国内互联网广告企业竞争能力提升途径

三、互联网广告（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年中国互联网广告主要生产企业发展概述

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 2018-2024年互联网广告行业发展前景预测分析

第一节 互联网广告行业未来发展预测分析

一、互联网广告行业发展方向及投资机会分析

二、互联网广告行业发展规模分析

三、互联网广告行业发展趋势分析

四、互联网广告行业“十三五”整体规划及预测

第二节 互联网广告行业供需预测

一、互联网广告行业供给预测

二、互联网广告行业需求预测

第十二章 2018-2024年中国互联网广告行业投资风险预警

第一节 互联网广告风险评级模型

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 互联网广告行业发展中存在的问题

第三节 针对互联网广告不同企业的投资建议

一、互联网广告总体投资建议

二、大型企业投资建议

三、中小型企业投资建议

第四节 互联网广告投资风险提示

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年中国互联网广告行业发展策略及投资建议 (ZY GXH)

第一节 互联网广告企业发展战略规划背景意义

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 互联网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 互联网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 互联网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 (ZY GXH)

图表目录：

图表：互联网广告行业渠道格局分析

图表：互联网广告所属行业生命周期判断

图表：互联网广告行业销售渠道控制五力模型

图表：中国互联网广告行业产业链

图表：中国互联网广告行业市场结构分析

图表：中国互联网广告行业竞争群组分析

图表：中国互联网广告行业需求集中度分析

图表：中国互联网广告行业区域市场分布情况

图表：2017年互联网广告行业市场供给

图表：2017年互联网广告行业市场需求

图表：2017年互联网广告行业市场规模

图表：2017年中国互联网广告行业供需平衡分析

图表：2017年中国互联网广告行业市场规模分析

图表：2017年全球互联网广告行业市场规模及增速

图表：2017年中国互联网广告所属行业全部企业数据分析

图表：2017年中国互联网广告所属行业不同规模企业数据分析

图表：2017年中国互联网广告所属行业不同所有制企业数据分析

图表：2018-2024年中国互联网广告行业供给预测

图表：2018-2024年中国互联网广告行业需求预测

图表：2018-2024年中国互联网广告行业供需平衡预测

图表：2018-2024年中国互联网广告行业市场规模预测

图表：2018-2024年中国互联网广告行业市场规模预测

图表：2018-2024年中国互联网广告行业市场规模及增速预测

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201711/580031.html>