

2017-2022年中国网络广告行业运营态势及发展趋势研究报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2017-2022年中国网络广告行业运营态势及发展趋势研究报告》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/201704/510397.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

移动互联网广告的快速崛起是推动网络广告增长的主要因素。2015 年度中国网络广告市场规模达到2093.7亿元，同比增长36.0%，其中移动互联网广告规模901.3亿元，增速178.3%。2016 年移动广告规模超过 PC 互联网，在整体网络广告市场中占比过半。

中国网络广告及移动广告市场规模及增速

中国智研咨询发布的《2017-2022年中国网络广告行业运营态势及发展趋势研究报告》共十九章。首先介绍了中国网络广告行业市场发展环境、中国网络广告整体运行态势等，接着分析了中国网络广告行业市场运行的现状，然后介绍了中国网络广告市场竞争格局。随后，报告对中国网络广告做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国网络广告行业发展趋势与投资预测。您若想对网络广告产业有个系统的了解或者想投资网络广告行业，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：

第一部分 网络广告行业发展基础剖析

第一章 网络广告行业发展概述

第一节 广告简介

一、广告的概念

二、广告的本质特点和要素

三、广告的分类和主要形式

四、广告媒体简介

第二节 网络广告

一、网络广告的概念

二、网络广告的划分

三、网络广告的主要功能

四、网络广告媒体

五、网络广告的特征

第二章 2011年世界广告行业发展形势综述

第一节 2011年世界广告行业发展概况

一、全球广告经营状况

二、世界广告业排名状况分析

三、世界广告业发展规模分析

四、2011年世界广告企业竞争分析

第二节2011年全球广告市场分析

一、全球广告市场格局分析

二、戛纳广告节的开展情况

三、全球广告支出情况分析

四、全球互联网广告开支额

五、经济风暴对广告行业的冲击

六、中国对全球广告市场的贡献

第三节 2011-2015年世界广告业发展趋势分析

一、世界广告发展新趋势变化

二、虚拟世界广告发展前景分析

三、2011年全球广告支出增长预测

四、2011-2015年全球广告预算情况

五、2011-2015年广告行业发展前景

第三章2011年世界网络广告业发展动态分析

第一节2011年世界网络广告市场发展分析

一、全球网络广告市场发展分析

二、全球网络广告开销增长情况

三、全球网络广告支出情况分析

四、全球网络广告市场规模预测

第二节 美国网络广告市场分析

一、美国七种网络广告的研究发展

二、美国互联网广告的收入情况

三、美国在线广告收入情况分析

四、美国网络广告市场规模情况

五、美国网络广告市场竞争格局

第三节 欧洲网络广告市场分析

一、欧洲网络广告市场特点分析

二、欧洲互联网广告的收入情况

三、欧洲在线广告收入情况分析

四、欧洲网络广告市场规模情况

五、欧洲网络广告市场竞争格局

第四节 日本网络广告市场状况

一、日本网络广告市场特点分析

二、日本互联网广告的收入情况

三、日本在线广告收入情况分析

四、日本网络广告市场规模情况

五、日本网络广告市场竞争格局

第五节 韩国网络广告发展状况

一、韩国网络广告市场特点分析

二、韩国互联网广告的收入情况

三、韩国在线广告收入情况分析

四、韩国网络广告市场规模情况

五、韩国网络广告市场竞争格局

第四章 中国广告行业发展现状

第一节 中国广告行业综合状况分析

一、中国本土广告业发展现状

二、中国广告产业在外资重压下发展

三、中国本土广告公司的SWOT分析

四、国家政策促进广告业发展

第二节 中国广告市场发展分析

一、2010-2011年中国广告发展现状

二、2011年内地广告市场规模分析

三、2011年中国广告市场价值分析

四、2010年中国广告市场的投放额

五、2010年广告行业人才供求情况

六、2011年广告市场面临的挑战

第三节 中国广告市场规范情况

一、2010年中国查处广告违法案件情况

二、2010年广告业存在的主要问题探讨

三、2010年中国广告行业新的自律规则

四、2010年广告行业结盟维护创意版权

第五章 2011年中国网络广告行业发展态势分析

第一节 网络广告发展现状分析

一、2010年互联网广告现状发展分析

二、2011年1-4月中国网络广告发展分析

第二节 2011年中国互联网广告市场发展分析

一、互联网广告价值解析

二、网络广告的发展是时代的选择

三、中国网络广告收入增长步入快车道

四、中国网络广告市场发展特点

五、网络广告市场发展趋于理性

第三节2011年中国网络广告市场价格及盈利分析

一、中国网络广告价格情况分析

二、网络广告的各种计价方式分析

三、中国网络媒体广告定价方式发展

四、互联网广告盈利模式创新分析

第四节2011年互联网广告市场存在问题分析

一、互联网广告市场竞争中的问题

二、数字媒体营销出现的问题分析

三、中国网络广告中欺诈行为分析

四、网络广告市场专业评测的问题

第六章2011年中国网络广告市场分析

第一节 2010年1-12月中国网络广告市场分析

一、整体花费情况分析

二、各业广告投放情况

三、广告主的竞争情况

第二节 2011年1-4月中国网络广告市场分析

一、整体花费情况分析

二、各业广告投放情况

三、广告主的竞争情况

第三节 2010-2011年中国网络广告市场分析

一、2010年四大门户网站广告收入情况

二、2010年首届中国网络广告行业大会

三、2011年中国网络广告市场规模情况

四、2011年中国网络展示广告市场价值

五、2010年奥运赞助商网络广告的投放

六、2010年房地产行业网络广告的投放

七、2010年汽车行业网络广告投放情况

第七章2011年中国网络广告受众及投放分析

第一节 网络广告的投放原因及特点

一、投放网络广告的原因

二、网络广告在广告媒体中的地位

三、网络广告接受度情况分析

四、制约网络广告发展的因素

第二节 网络广告受众分析

一、受众接触网络广告的黄金时间

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 影响网络广告投放的要素分析

一、影响网络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

第八章2011年网络广告主要形式发展分析

第一节 视频广告市场分析

一、视频广告的介绍

二、视频广告的优势

三、视频广告的关注度

四、2010-2011年视频广告发展分析

第二节 搜索广告市场分析

一、搜索广告的介绍

二、搜索广告的优势

三、搜索广告的关注度

四、2010-2011年搜索广告发展分析

第三节 网络分类广告发展分析

一、网络分类广告的介绍

二、网络分类广告的优势

三、网络分类广告的关注度

四、2010-2011年网络分类广告发展分析

第四节 网络窄告发展分析

一、网络窄告的介绍

二、网络窄告的优势

三、网络窄告的关注度

四、2010-2011年网络窄告发展分析

第五节 博客广告发展分析

一、博客广告的介绍

二、博客广告的优势

三、博客广告的关注度

四、2010-2011年博客广告发展分析

第九章2011年中国网络广告主分析

第一节 中国网络广告主分布情况

一、网络广告主数量情况分析

二、网络广告主投放费用分析

三、网络广告主区域分布情况

第二节 细分行业网络广告投放分析

一、交通汽车类广告主网络广告投放分析

二、IT 产品类广告主网络广告投放分析

三、房产类广告主网络广告投放分析

四、网络服务类广告主网络广告投放分析

五、通讯服务类广告主网络广告投放分析

第二部分 网络广告行业竞争格局研究

第十章 2011年中国网络广告市场竞争分析

第一节 互联网广告与传统媒体广告的竞争

一、网络广告与传统广告的对比优势

二、网络广告与传统广告市场竞争分析

三、网络广告与报纸广告市场竞争分析

四、网络广告与户外广告市场竞争分析

第二节 互联网广告市场竞争现状

一、网络广告市场竞争格局分析

二、2010-2011年网络广告市场竞争分析

三、2010-2011年IT巨头在网络广告市场的竞争

四、网络广告市场激烈竞争下的广告主

第三节 IT巨头互联网广告业务的竞争状况

一、微软、Google、雅虎的网络广告竞争

二、雅虎与Google的网络广告竞争

三、Google与微软的网络广告竞争

四、雅虎与微软的网络广告竞争

第十一章 2011年中国网络广告企业竞争策略分析

第一节 网络广告市场竞争策略分析

一、2011年网络广告市场增长潜力分析

二、2011年网络广告主要潜力品种分析

三、现有网络广告产品竞争策略分析

四、潜力网络广告品种竞争策略选择

五、典型企业产品竞争策略分析

第二节 网络广告企业竞争策略分析

一、金融危机对网络广告行业竞争格局的影响

二、金融危机后网络广告行业竞争格局的变化

三、2011-2015年中国网络广告市场竞争趋势

四、2011-2015年网络广告行业竞争格局展望

五、2011-2015年网络广告行业竞争策略分析

六、2011-2015年网络广告企业竞争策略分析

第十二章2011年中国四大门户网站竞争分析

第一节 新浪

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2010-2011年经营状况

四、2011-2015年发展战略

第二节 搜狐

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2010-2011年经营状况

四、2011-2015年发展战略

第三节 网易

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2010-2011年经营状况

四、2011-2015年发展战略

第四节 腾讯

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2010-2011年经营状况

四、2011-2015年发展战略

第十三章2011年网络广告重点企业竞争分析

第一节 好耶

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2010-2011年经营状况

四、2011-2015年发展战略

第二节 华扬联众

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2010-2011年经营状况

四、2011-2015年发展战略

第三节 麒润

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2010-2011年经营状况

四、2011-2015年发展战略

第四节 热点

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2010-2011年经营状况

四、2011-2015年发展战略

第三部分 网络广告行业前景预测展望分析

第十四章2011-2015年网络广告行业发展趋势分析

第一节2011-2015年中国广告行业发展趋势分析

一、中国广告业发展新动向

二、2011年中国广告市场趋势解析

三、2011-2015年中国广告行业发展前景

四、2011-2010年中国对全球广告市场的推动

五、2011年中国广告市场发展与新媒体趋势

第二节2011-2015年中国网络广告市场趋势前景分析

一、中国网络广告市场发展前景

二、中国网络广告市场潜力分析

三、中国网络广告发展趋势分析

第十五章2011-2015年中国网络广告行业发展预测分析

第一节 2011-2015年网络广告市场发展预测

一、2011-2015年全球主要网络广告市场发展预测

二、2011年中国主要形式网络广告市场分析预测

三、2011-2015年中国网络广告发展趋势预测

四、2011-2015年中国网络广告市场规模预测

五、2011-2015年游戏内置广告发展趋势分析

六、2011-2015年中国网盟广告市场发展预测

第二节 2011-2015年国内网络广告市场预测分析

一、2011-2015年国内网络广告行业供给预测

- 二、2011-2015年国内网络广告市场需求前景
- 三、2011-2015年国内网络广告市场价格预测
- 四、2011-2015年国内网络广告行业集中度预测
- 第四部分 网络广告投资战略研究探讨
- 第十六章2011年网络广告行业投资现状分析
- 第一节 2010年网络广告行业投资情况分析
- 一、2010年总体投资及结构
- 二、2010年投资规模情况
- 三、2010年投资增速情况
- 四、2010年分行业投资分析
- 五、2010年分地区投资分析
- 六、2010年外商投资情况
- 第二节 2011年1季度网络广告行业投资情况分析
- 一、2011年1季度总体投资及结构
- 二、2011年1季度投资规模情况
- 三、2011年1季度投资增速情况
- 四、2011年1季度分行业投资分析
- 五、2011年1季度分地区投资分析
- 六、2011年1季度外商投资情况
- 第十七章2011年中国网络广告行业投资环境分析
- 第一节 2011年中国宏观经济环境分析
- 一、中国GDP分析
- 二、消费价格指数分析
- 三、城乡居民收入分析
- 四、社会消费品零售总额
- 五、全社会固定资产投资分析
- 六、进出口总额及增长率分析
- 第二节2011年中国网络广告政策法规环境分析
- 一、2011年网络广告行业政策环境
- 二、2011年国内宏观政策对其影响
- 三、2011年行业产业政策对其影响
- 第三节2011年中国网络广告社会发展环境分析
- 一、国内社会环境发展现状
- 二、2011年社会环境发展分析
- 三、2011-2015年社会环境对行业的影响分析

第十八章2011-2015年中国网络广告行业投资机会与风险分析

第一节2011-2015年中国网络广告行业投资效益分析

第二节 影响网络广告行业发展的主要因素

第三节 网络广告行业投资风险及控制策略分析

第十九章2011-2015年网络广告行业投资战略研究（ZYYF）

第一节 网络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

第二节 对中国网络广告品牌的战略思考

一、企业品牌的重要性

二、网络广告实施品牌战略的意义

三、网络广告企业品牌的现状分析

四、中国网络广告企业的品牌战略

五、网络广告品牌战略管理的策略

第三节 网络广告行业投资战略研究

一、2011年广告行业投资战略

二、2011年中国网络广告行业投资战略

三、2011-2015年网络广告行业投资战略

四、2011-2015年细分行业投资战略

图表目录：

图表：2010年全球四大广告集团市场份额

图表：全球主流媒体广告支出预测（报纸、杂志、电视、广播、电影、户外、互联网）

图表：2005-2010年间全球10大广告支出国的市场份额增长速度

图表：2010年美国各类互联网广告收入比例

图表：中国历年主要行业网络广告支出

图表：2010年全球广告公司收入排名

图表：互联网的理念、体系构架和相关特性

图表：互联网应用的三个阶段

图表：互联网不同应用阶段的典型特征

图表：互联网缩略语及全称对照

- 图表：2010年全世界因特网使用人口统计数字
- 图表：2010年前20个因特网用户最多的国家
- 图表：2010年互联网上使用的十大语言
- 图表：2010年1-2季度法国互联网发展状况
- 图表：2010年互联网使用统计结果
- 图表：世界互联网使用2009年底更新的统计数据
- 图表：中国互联网普及率
- 图表：中国网站数量增长情况
- 图表：中国不同上网方式网民规模
- 图表：全球网络广告支出前50家广告主行业分布情况
- 图表：2010-2011年法国网络广告市场规模
- 图表：韩国历年来广告收入与网络广告所占比例
- 图表：2009-2010年中国TI产品行业网络广告投放对比
- 图表：2009-2010年中国TI产品行业网络广告主投放前十家
- 图表：2009-2010年中国交通行业网络广告投放对比
- 图表：2009-2010年中国交通行业网络广告主投放前十家
- 图表：2009-2010年中国网络服务行业网络广告投放对比
- 图表：2009-2010年中国通讯服务行业网络广告投放对比
- 图表：2009-2010年中国中国通讯服务行业网络广告主投放前十家
- 图表：2009-2010年中国消费电子行业网络广告投放对比
- 图表：2009-2010年中国中国消费电子行业网络广告主投放前十家
- 图表：2009-2010年中国食品饮料行业网络广告投放对比
- 图表：2009-2010年中国中国食品饮料行业网络广告主投放前十家
- 图表：2009-2010年中国化妆浴用品行业网络广告投放对比
- 图表：2009-2010年中国中国化妆浴用品行业网络广告主投放前十家
- 图表：2009-2010年中国服饰行业网络广告投放对比
- 图表：2009-2010年中国中国服饰行业网络广告主投放前十家
- 图表：2009-2010年中国金融服务行业网络广告投放对比
- 图表：2009-2010年中国中国金融服务行业网络广告主投放前十家
- 图表：2009-2010年中国医疗服务行业网络广告投放对比
- 图表：2009-2010年中国中国医疗服务行业网络广告主投放前十家
- 图表：2009中国互联网网络广告市场营收规模及增长率统计
- 图表：2001-2010年中国网络广告市场规模及增长率
- 图表：2005-2010年1-10月中国互联网广告市场增长率情况
- 图表：新浪历年网络广告业务增长情况

- 图表：新浪历年广告收入构成及变动情况
- 图表：腾讯历年网络广告业务增长情况
- 图表：网易历年网络广告业务增长情况
- 图表：网易三大业务在总营收中所占比重变化情况
- 图表：搜狐历年网络广告业务增长情况
- 图表：2005年经营规模前20位网络广告渠道代理商
- 图表：中国主要互联网公司展望
- 图表：中国广告业演变的三个阶段的主要特征
- 图表：中国广告业结构关系
- 图表：中国广告业活动过程
- 图表：广告在品牌传播中对消费者的影响作用
- 图表：2004-2010年全球主要地区广告市场规模
- 图表：2010年美国广告主及广告代理投放网络广告的主要原因
- 图表：2006-2015年美国网络广告及广告市场规模
- 图表：2010年9月主要行业人才需求占总需求比例图
- 图表：2009年中国大陆主要报刊广告经营额及增长
- 图表：2009年各类报纸广告经营额同比增长率
- 图表：2009年各类杂志广告经营额同比增长率
- 图表：2009年中国报刊主要行业广告经营额同比增长
- 图表：2003-2009年全国报刊广告刊登额及增长率
- 图表：2010年1季度报纸杂志广告总量同比变化
- 图表：2010年1季度主要报刊、杂志广告份额
- 图表：2010年1季度主要类别报刊广告份额
- 图表：2010年1季度重点行业广告活跃度
- 图表：2009-2010年2季度中国地铁移动电视市场规模
- 图表：广播广告与其他广告的优劣势比较
- 图表：受众接触广播与电视的时间习惯比较
- 图表：中国广播媒体的现状
- 图表：1998-2010年中国广播广告收入增长情况
- 图表：2009年度中国交通广播广告创收排名表(71家会员单位)
- 图表：2009/2010年同期网络广告市场状况比较
- 图表：2009/2010年同期网络广告价值估算
- 图表：2010年各月TOP100广告主市场价值估算
- 图表：2010年各月TOP100网络媒体市场价值估算
- 图表：2010年10月TOP10广告行业类型

图表：2010年10月广告价值估算TOP10广告主推广项目数和创意数

图表：2010年10月奥运会三个级别广告主网络投放状况

图表：2010年1-10月中国品牌网络广告投放费用及增长率

图表：2010年1-10月主要网站品牌广告投放费用

图表：2010年第2季度中国互联网广告主要厂商市场份额

图表：2010年1-6月奥运会赞助商网络广告投放费用比例

图表：2009年7月-2010年6月奥运赞助商网络广告投放费用分布

图表：2006-2010年房地产行业网络广告投放情况

图表：2006-2010年汽车行业网络广告投放情况

图表：2000-2006年韩国移动广告的发展

图表：2006年中国移动广告不同类型收入比例

图表：用户对被动接受移动广告的态度

图表：用户对接受wap广告的态度

图表：2006年和2011年全球移动广告收入构成比较

图表：2011年全球移动广告收入发展预测

图表：搜索广告市场竞争

图表：2003-2009年google部分财务数据

图表：wpp在2010年前两个月收购情况

图表：2006-2011年互联网广告与传统通广告增长对比

图表：2002-2006年wpp部分财务数据

图表：中视金桥国际传播集团组织架构

图表：2009-2010年3季度中国主要形式网络广告市场份额比较

图表：电子邮箱分类

图表：2001-2011年中国互联网用户数及普及率

图表：2001-2011年中国互联网普及率增长变动及趋势预测

图表：中国电子邮箱市场发展阶段分析图

图表：2005-2010年中国电子邮箱用户规模

图表：2009年中国免费邮箱用户年龄比较分析

图表：2009年中国免费邮箱用户学历比较分析

图表：2009年中国免费邮箱用户收入比较分析

图表：电子邮箱应用渠道

图表：个人电子邮箱应用方式演变趋势

图表：2009Q2-2010Q2个人电子邮箱web端应用用户覆盖人数

图表：2010年9月中国web端电子邮箱主要运营商月覆盖人数份额

图表：2010年9月电子邮件客户端软件月覆盖人数份额

- 图表：互联网电子基于手机端应用主要功能
- 图表：07Q3-08Q3139邮箱注册用户数及增长率
- 图表：2010年6月广东省手机邮箱运营商月覆盖人数份额
- 图表：电子邮箱手机客户端软件功能
- 图表：2005-2010年中国GDP总量及增长趋势图
- 图表：2010年中国三产业增加值结构图
- 图表：2009-2010年中国CPI、PPI月度走势图
- 图表：2005-2010年我国城镇居民可支配收入增长趋势图
- 图表：2005-2010年我国农村居民人均纯收入增长趋势图
- 图表：1978-2009中国城乡居民恩格尔系数对比表
- 图表：1978-2009中国城乡居民恩格尔系数走势图
- 图表：2005-2009年中国工业增加值增长趋势图
- 图表：2009-2010年我国工业增加值分季度增速
- 图表：2005-2010年我国全社会固定资产投资额走势图
- 图表：2005-2010年我国城乡固定资产投资额对比图
- 图表：2005-2010年我国财政收入支出走势图
- 图表：2009年-2010年人民币兑美元汇率中间价
- 图表：2009-2010年中国货币供应量统计表 单位：亿元
- 图表：2010年中国货币供应量月度增速走势图
- 图表：2001-2009年中国外汇储备走势图
- 图表：2008-2011年央行利率调整统计表
- 图表：我国历年存款准备金率调整情况统计表
- 图表：2005-2010年中国社会消费品零售总额增长趋势图
- 图表：2005-2010年我国货物进出口总额走势图
- 图表：2005-2010年中国货物进口总额和出口总额走势图
- 图表：2005-2009年中国就业人数走势图
- 图表：2005-2009年中国城镇就业人数走势图
- 图表：1978-2009年我国人口出生率、死亡率及自然增长率走势图
- 图表：1978-2009年我国总人口数量增长趋势图
- 图表：2009年人口数量及其构成
- 图表：2005-2010年我国普通高等教育、中等职业教育及普通高中招生人数走势图
- 图表：2001-2010年我国广播和电视节目综合人口覆盖率走势图
- 图表：1978-2009年中国城镇化率走势图
- 图表：2005-2010年我国研究与试验发展（R&D）经费支出走势图
- 图表：略

更多图表见报告正文

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201704/510397.html>