

2016-2022年中国互联网广告行业市场供需预测及 投资前景分析报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2016-2022年中国互联网广告行业市场供需预测及投资前景分析报告》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/201601/375364.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

互联网广告就是通过网络广告平台在网络上投放广告。利用网站上的广告横幅、文本链接、多媒体的方法，在互联网刊登或发布广告，通过网络传递到互联网用户的一种高科技广告运作方式。与传统的四大传播媒体(报纸、杂志、电视、广播)广告及备受垂青的户外广告相比，互联网广告具有得天独厚的优势，是实施现代营销媒体战略的重要一部分。Internet是一个全新的广告媒体，速度最快效果很理想，是中小企业扩展壮大的很好途径，对于广泛开展国际业务的公司更是如此。

2014年互联网广告市场规模达1565.3亿，未来五年互联网广告复合增长率25%-35%，市场占比将提高至40%，具备4千亿的市场空间。

2009-2014年互联网广告市场规模（单位：亿元，%）

数据来源：智研数据中心整理

《2016-2022年中国互联网广告行业市场供需预测及投资前景分析报告》由智研咨询公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、知识产权局、智研数据中心提供的最新行业运行数据为基础，验证于与我们建立联系的全国科研机构、行业协会组织的权威统计资料。

报告揭示了互联网广告行业市场潜在需求与市场机会，报告对中国互联网广告做了重点企业经营状况分析，并分析了中国互联网广告行业发展前景预测。为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策依据。

报告目录：

第一章 互联网广告相关概述 13

第一节 网络广告的定义及起源 13

一、网络广告的定义 13

二、网络广告的特点 13

三、网络广告优劣势比较 15

四、国际网络广告的起源 16

五、中国网络广告发展史 17

第二节 互联网广告模式 18

一、传统展示广告模式 18

二、即时信息（IM）广告模式 18

三、窄告网广告模式 18

四、网络视频广告模式 19

五、富媒体（Rich Media）广告 21

- 六、搜索引擎广告 22
- 七、电子邮件广告模式 23
- 第三节 网络广告其它相关介绍 23
 - 一、网络广告的主要形式 23
 - 二、网络广告评估的方法 25
 - 三、网络广告术语解释 25
 - 四、网络广告的计费方式 27
- 第二章 2015年中国互联网产业发展概况分析 29
 - 第一节 2015年世界互联网产业总体形势分析 29
 - 一、全球互联网发展数据统计 29
 - 二、2015年全球网购交易规模分析 30
 - 三、全球互联网IP地址总库宣告枯竭 31
 - 四、亚太地区移动互联网用户规模分析 31
 - 五、2010-2015年美国互联网行业运行情况 32
 - 第二节 2015年中国互联网产业营运情况分析 34
 - 一、中国互联网产业发展进入新的阶段 34
 - 二、2015年中国互联网产业经济发展特点 37
 - 三、2015年中国网民规模及互联网普及情况 38
 - 四、2015年中国互联网基础资源情况分析 40
 - 五、2015年中国整体互联网应用状况分析 43
 - 六、2015年中国互联网产业经济运行情况 51
 - 第三节 2015年中国移动互联网产业发展现状 54
 - 一、2015年中国移动互联网产业热点剖析 54
 - 二、2015年中国移动互联网市场运行情况 58
 - 三、2015年中国移动互联网网民规模情况 62
 - 四、2015年中国移动互联网市场运行情况 63
 - 五、2015年移动即时通讯互联网应用状况 65
 - 六、2015年移动互联网产业迎来投资热潮 68
 - 第四节 下一代互联网 71
 - 一、中国下一代互联网发展概况 71
 - 二、IPv6在下一代互联网中的应用 73
 - 三、下一代互联网商业化过渡深度剖析 76
 - 四、下一代互联网发展路径思考 80
 - 第五节 2015年中国互联网产业发展的问题对策分析 85
 - 一、中国互联网产业发展中的短板 85

- 二、中国互联网信息安全问题剖析 87
- 三、互联网行业发展的版权问题 93
- 四、中国互联网产业发展对策 96
- 第三章 2015年世界互联网广告市场运行局势分析 98
 - 第一节 2015年世界互联网广告市场概述 98
 - 一、2010-2015年全球广告市场规模统计 98
 - 二、2010-2015全球广告市场区域市场分析 98
 - 三、2010-2015年全球互联网广告市场规模 99
 - 四、2010-2015年全球互联网广告市场结构 100
 - 五、2015年全球互联网广告支出简述 101
 - 六、2015年全球社交网络广告市场分析 102
 - 第二节 美国 102
 - 一、2015年美国网络广告市场规模分析 102
 - 二、2015年美国网络广告市场分析 104
 - 三、2015年美国网络广告市场结构分析 106
 - 四、2015年美国互联网广告发放形式分析 110
 - 五、2015年美国互联网广告付费方式分析 112
 - 六、2015年美国社交网络广告市场规模统计 114
 - 第三节 英国 115
 - 一、2015年英国网络营销市场发展分析 115
 - 二、英国网络广告市场支出情况 115
 - 三、英国网络广告发展走势分析 116
 - 第四节 法国 117
 - 一、法国网络广告市场回顾 117
 - 二、法国网络广告收入分析 117
 - 三、法国对互联网广告收入征税 118
 - 第五节 日本 118
 - 一、日本网络广告市场回顾 118
 - 二、日本互联网广告市场规模分析 119
 - 三、日本网络搜索互动广告市场调查解析 119
 - 第六节 其它国家 120
 - 一、俄罗斯 120
 - 二、加拿大 121
 - 三、泰国 123
- 第四章 2015年中国互联网广告行业综合分析 125

第一节 2015年中国网络广告行业概况分析	125
一、2015年中国网络广告行业现状分析	125
二、2015年中国网络广告市场发展的特点	126
三、2015年中国网络广告计费方式分析	127
四、2015年中国网络广告市场发展趋势	128
第二节 2015年中国网络广告市场发展分析	130
一、2015年中国广告市场规模分析	130
二、2015年中国网络广告市场规模分析	131
三、2015年中国网络广告市场规模分析	132
第三节 2015年中国网络广告精准营销分析	133
一、精准营销的优势	133
二、网络广告精准营销表现形式及其有效性	134
三、网络广告精准营销的缺陷	135
四、网络广告精准营销策略	135
第四节 2015年中国互联网广告行业发展面临的挑战分析	136
一、网络广告行业运行规范问题	136
二、互联网广告发展存在的问题	138
三、中国网络广告发展制约因素	139
四、中国网络广告发展存在的不足	140
第五节 2015年中国互联网广告行业发展对策分析	142
一、互联网广告行业发展建议	142
二、中国网络广告发展的对策	143
三、中国网络广告的发展策略	145
第五章 2015年中国视频广告市场运营局势分析	147
第一节 富媒体广告分析	147
一、富媒体广告相关概述	147
二、富媒体广告的特征	149
三、2015年中国富媒体广告市场规模分析	150
四、2015年中国富媒体广告市场规模分析	151
五、富媒体广告发展策略分析	151
第二节 2015年中国视频广告发展概况分析	154
一、网络视频广告的特征与优势	154
二、2015年中国视频广告发展情况分析	156
三、2015年中国视频广告市场规模分析	157
四、2015年中国视频广告市场规模分析	157

第三节 2015年中国主要视频网广告发展动态分析 158

一、2015年YouTube视频广告发展分析 158

二、2015年土豆网视频广告特点分析 159

三、2015年优酷网核心广告发展分析 160

四、2015年酷6网广告模式分析 161

第四节 2015年中国视频广告发展的问题对策分析 163

一、中国视频广告市场发展问题分析 163

二、中国网络视频广告发展的制约因素 164

三、广告主视频投放重点关注问题分析 165

四、中国网络视频广告营销策略 166

第六章 2010-2015年中国搜索广告市场发展格局分析 168

第一节 2015年中国搜索引擎市场规模情况分析 168

一、2015年中国搜索引擎用户规模分析 168

二、2015年中国搜索引擎请求量规模分析 169

三、2015年中国搜索引擎用户访问规模分析 171

四、2015年中国搜索引擎市场营收份额分析 172

第二节 中国网络搜索广告发展概况分析 174

一、2015年中国网络搜索广告市场规模分析 174

二、2015年中国网络搜索广告市场规模分析 175

三、网络搜索营销代表未来营销方向 176

四、搜索引擎广告付费收录模式分析 179

五、网络搜索引擎广告影响力巨大 180

六、移动搜索将成搜索引擎新战场 181

第三节 国内外企业搜索广告业务发展状况 182

一、百度搜索营销持续升温 182

二、谷歌成美付费搜索广告赢家 184

三、雅虎与微软搜索广告合作获批 184

四、腾讯积极拓展搜索广告市场 185

五、谷歌在华搜索广告份额出现复苏 186

第四节 企业移动搜索广告业务发展状况 187

一、谷歌积极拓展移动搜索广告 187

二、易查发力移动搜索广告市场 188

三、宜搜首创移动搜索新型广告营销手段 191

第七章 2015年中国网络游戏广告市场运行态势分析 194

第一节 2015年中国网络游戏广告发展探析 194

- 一、2015年中国网络游戏市场规模 194
- 二、2015年中国网络游戏广告市场规模 197
- 三、网络游戏成为广告载体的原因 198
- 四、网络游戏广告发展的优势 199
- 五、网络游戏广告发展的形式 201
- 第二节 网络游戏内置广告相关概述 202
 - 一、网络游戏植入式广告定义 202
 - 二、网络游戏植入式广告优势 202
 - 三、网络游戏植入式广告的植入模式 203
 - 四、网络游戏内置广告的技术实现方式 205
- 第三节 2015年中国网络游戏内置广告发展分析 206
 - 一、网络游戏内置广告发展环境浅析 206
 - 二、网络游戏内置广告市场发展潜力倍受关注 207
 - 三、网络游戏内置广告发展现状 208
- 第四节 2015年中国网络游戏内置广告存在的问题及对策分析 208
 - 一、网络游戏植入式广告存在的问题 208
 - 二、网络游戏内置广告发展面临的困境 211
 - 三、网络游戏内置广告现存的发展瓶颈及对策 212
 - 四、网络游戏植入式广告的发展策略 213
- 第五节 2015年中国网络游戏广告开发战略分析 215
 - 一、网络游戏广告的4Ps策略 215
 - 二、网络游戏广告的效果测量战略 220
- 第八章 2010-2015年中国互联网广告市场竞争格局分析 223
 - 第一节 网络广告与传统媒体广告的竞争 223
 - 一、网络媒体的广告自适性优于传统媒体 223
 - 二、网络广告与传统广告的竞争与融合 224
 - 三、网络广告与传统媒体广告竞争比较 226
 - 四、报纸和网络的广告经营整合战略 230
 - 第二节 网络广告市场竞争概况 232
 - 一、国内网络广告业竞争格局 232
 - 二、中国互联网广告行业竞争变化分析 234
 - 三、4A公司争食网络广告市场 236
 - 第三节 互联网巨头广告业务竞争状况 237
 - 一、微软、雅虎合作广告平台赶超谷歌 237
 - 二、中国互联网四巨头广告市场竞争激烈 238

- 三、2015年主要门户网站加强广告业务保卫战 239
- 四、互联网广告巨头探讨提升企业营销价值 241
- 第四节 2010-2015年中国广告网络发展分析 242
 - 一、中国广告网络概况 242
 - 二、中国广告网络产业链分析 249
 - 三、2015年中国广告网络市场规模分析 256
 - 四、2015年中国广告联盟细分市场规模分析 257
 - 五、2015年中国品牌广告网络市场规模分析 259
 - 六、2015年中国广告网络细分市场结构分析 259
 - 七、2015年中国广告网络细分市场格局分析 260
 - 八、中国广告网络行业发展趋势 268
- 第九章 2015年中国重点网络广告公司发展分析 270
 - 第一节 分众传媒控股有限公司 270
 - 一、公司简介 270
 - 二、2015年分众传媒经营状况分析 271
 - 三、2015年分众传媒财务指标分析 271
 - 四、分众传媒实行网络广告战略调整 272
 - 五、分众传媒计划推出互动广告新模式 273
 - 第二节 杭州顺网科技股份有限公司 274
 - 一、公司简介 274
 - 二、2015年企业经营情况分析 274
 - 三、2015年企业经济指标分析 275
 - 四、2015年企业盈利能力分析 276
 - 五、2015年企业偿债能力分析 276
 - 六、2015年企业运营能力分析 276
 - 七、2015年企业成本费用分析 277
 - 八、企业发展战略及未来展望 277
 - 第三节 悠易互通(北京)广告有限公司 278
 - 一、公司简介 278
 - 二、悠易互通产品介绍 278
 - 三、悠易互通新营销概念 279
 - 四、悠易互通获风险投资 280
 - 第四节 珠海麒润网络科技有限公司 281
 - 一、公司简介 281
 - 二、麒润网络广告产品优势 282

三、麒麟网络广告发展优势	283
第五节 郑州市传力广告有限公司	283
一、公司简介	281
二、传力广告有限公司广告产品优势	282
三、传力广告有限公司广告发展优势	283
第十章 年中国互联网广告投放情况分析	284
第一节 2015年中国互联网广告投放总况分析	284
一、2015年中国网络广告投放规模统计	284
二、2015年中国各行业网络广告投放结构	284
三、国内网络广告投放行为分析	287
第二节 年中国汽车行业网络广告投放情况	288
一、2015年中国汽车行业发展概况	288
二、2015年中国汽车行业网络广告投放分析	293
三、2015年中国汽车行业网络广告投放规模	294
第三节 年中国食品饮料行业网络广告投放情况	294
一、2015年中国食品饮料行业发展概况	294
二、2015年中国食品饮料行业网络广告投放规模	298
三、2015年我国食品饮料行业网络广告投放分析	298
第四节 年中国房产家居行业网络广告投放情况	299
一、2015年中国房地产行业发展概况	299
二、2015年中国房地产行业网络广告投放规模	303
三、2015年中国房地产行业网络广告投放分析	304
第五节 年中国金融行业网络广告投放情况	304
一、2015年中国金融行业发展概况	304
二、2015年中国金融行业网络广告投放规模	306
三、2015年中国银行业网络广告投放分析	306
第六节 年中国其它行业网络广告投放情况	307
一、2015年中国消费类电子行业网络广告投放规模	307
二、2015年中国服装服饰行业网络广告投放规模	309
三、2015年中国IT类产品网络广告投放规模	310
四、2015年中国化妆品行业网络广告投放特点	310
第十一章 2016-2022年中国网络广告发展趋势与前景分析	312
第一节 2016-2022年中国网络广告发展趋势分析	312
一、未来中国广告行业发展趋势	312
二、中国网络广告发展走向分析	313

三、未来网络广告行业发展趋向 313

四、中国网络广告市场发展趋势 315

第二节 2016-2022年中国网络广告发展前景预测 316

一、全球互联网广告发展前景预测 316

二、中国互联网广告发展前景展望 318

三、中国网络广告市场规模预测分析 319

图表目录：

图表 1 2010-2015年全球网络购物市场交易规模 31

图表 2 2009-2015年亚太地区移动互联网用户规模变化趋势图 32

图表 3 2014与2015年美国网上银行用户处理交易情况比较 34

图表 4 2010-2015年中国网民数量及互联网普及率增长情况 39

图表 5 2015年中国非网民不上网的原因 39

图表 6 2010-2015年中国家庭宽带网民规模 40

图表 7 2010-2015年中国互联网基础资源对比 41

图表 8 2010-2015年中国Ipv4地址资源增长趋势图 41

图表 9 2010-2015年中国Ipv6地址资源增长趋势图 42

图表 10 2015年中国分类域名数 42

图表 11 2015年中国分类CN域名数 43

图表 12 2010-2015年中国网站数量变化趋势图 43

图表 13 2010-2015年中国各类网络应用使用率 45

图表 14 2006-2015年中国网络经济市场规模增长趋势图 51

图表 15 2001-2010年中国互联网行业融资金额变化趋势图 53

图表 16 2008-2014年中国移动互联网市场规模增长趋势图 59

图表 17 2010年中国移动互联网主要细分行业构成 60

图表 18 2010-2015年中国手机网民规模增长趋势图 62

图表 19 2010-2015年各季度中国移动互联网市场规模 63

图表 20 2015年中国移动互联网主要细分行业构成 64

图表 21 2014年手机网民网络应用结构情况 66

图表 22 2015年手机网民网络应用结构情况 67

图表 23 2010-2015年全球广告市场规模及增长趋势图 98

图表 24 2010-2015年全球广告区域市场规模增长统计 99

图表 25 2010-2015年全球广告区域市场规模增长趋势图 99

图表 26 2010-2015年全球网络广告市场规模及增长趋势图 100

图表 27 2010-2015年全球网络广告市场结构变化趋势图 100

图表 28 2010-2015年美国网络广告市场规模统计 103

- 图表 29 2010-2015美国网络广告市场季度收入统计 104
- 图表 30 美国网络广告市场与广播电视、有线电视广告市场发展情况比较 105
- 图表 31 2010-2015美国部分媒体广告收入对比 106
- 图表 32 2015年美国互联网广告收入比重 107
- 图表 33 2010-2015美国网络广告市场不同广告主投放比例比较 107
- 图表 34 2010-2015美国互联网不同广告主投放规模 108
- 图表 35 2010-2015美国互联网消费类中不同广告主投放比例 109
- 图表 36 2010-2015美国互联网消费类中不同广告主投放规模 110
- 图表 37 2010-2015美国互联网广告市场不同广告形式投放比例 111
- 图表 38 2010-2015美国互联网广告市场不同广告形式投放规模 112
- 图表 39 2010-2015美国互联网广告市场不同计费方式投放比例 113
- 图表 40 2010-2015美国互联网广告市场不同计费方式投放规模 114
- 图表 41 2010-2015年英国在线广告支出增长趋势图 116
- 图表 42 2010-2015年英国在线广告支出增长趋势图 118
- 图表 43 2010-2015年加拿大网络广告收入增长趋势图 121
- 图表 44 2010-2015年加拿大各种广告媒体的市场份额情况表 122
- 图表 45 2015年加拿大各种广告媒体的市场份额图 122
- 图表 46 2010-2015年加拿大网络广告市场集中度分析 122
- 图表 47 2010-2015年加拿大网络广告各种广告形式的收入及其增长情况 123
- 图表 48 2015年加拿大网络广告市场结构图 123
- 图表 49 2015-2015年中国互联网计费模式结构图 128
- 图表 50 2010-2015年中国广告经营额情况统计 130
- 图表 51 2010-2015年中国广告经营额增长趋势图 131
- 图表 52 2010-2015年中国网络广告市场规模变化趋势图 131
- 图表 53 2010-2015年中国网络广告市场规模变化趋势图 132
- 图表 54 2010-2015年中国主要形式网络广告市场份额图 133
- 图表 55 2010-2015年中国富媒体广告收入增长趋势图 150
- 图表 56 2010-2015年富媒体广告收入变化趋势图 151
- 图表 57 2010-2015年中国视频广告收入增长趋势图 157
- 图表 58 2010-2015年中国视频广告收入变化趋势图 158
- 图表 59 2010-2015年中国搜索引擎用户规模增长趋势图 168
- 图表 60 2010-2015年中国搜索引擎用户覆盖率 169
- 图表 61 2007-2015年中国网页搜索请求量增长趋势图 170
- 图表 62 2015年各季度中国个品牌搜索引擎网页搜索请求量情况表 171
- 图表 63 2010-2015年中国搜索引擎用户人均搜索请求量趋势图 171

- 图表 64 2015年中国各类搜索服务季度总访问次数情况 172
- 图表 65 2015年中国各主要品牌搜索引擎季度总访问次数情况 172
- 图表 66 2015年中国各主要品牌搜索引擎季度总访问次数趋势图 172
- 图表 67 2015年中国主要搜索运营商季度营收份额情况 173
- 图表 68 2010-2015年中国搜索引擎市场营收份情况表 174
- 图表 69 2010-2015年中国搜索引擎市场营收份额趋势图 174
- 图表 70 2010-2015年中国网络搜索广告市场规模趋势图 175
- 图表 71 2010-2015年中国网络搜索广告市场份额趋势图 175
- 图表 72 2010年-2015年中国搜索广告市场规模情况 176
- 图表 73 2008-2014年中国网络游戏市场规模 194
- 图表 74 2010-2015年中国网络游戏用户数及使用率 194
- 图表 75 2015年中国游戏资讯网站家庭及网吧用户月度覆盖人数 195
- 图表 76 2015年中国网络游戏用户年龄分布 196
- 图表 77 2015年中国网络游戏用户收入情况分布 196
- 图表 78 2015年中国游戏企业网络广告投放规模 197
- 图表 79 2015年网络游戏企业网络广告投放媒体类型分布 197
- 图表 80 广告网络行业结构 242
- 图表 81 广告网络类型对比 243
- 图表 82 品牌广告网络与通过网站单独投放比较 247
- 图表 83 全球互联网企业广告网络行业收购案例 248
- 图表 84 美国四家互联网企业广告服务比较 249
- 图表 85 网络广告产业链投放流程 250
- 图表 86 广告网络产业链 250
- 图表 87 自建联盟产业链 251
- 图表 88 搜索流量合作产业链 253
- 图表 89 搜索推广合作产业链 254
- 图表 90 联盟广告合作产业链 255
- 图表 91 第三方联盟产业链 255
- 图表 92 2010-2015年中国广告网络行业市场规模 257
- 图表 93 2010-2015年中国广告网络行业自建联盟市场规模 257
- 图表 94 2010-2015年中国广告网络行业搜索联盟市场规模 258
- 图表 95 2010-2015年中国广告网络行业第三方联盟市场规模 258
- 图表 96 2010-2015年中国广告网络行业市场规模 259
- 图表 97 2010-2015年中国广告网络细分市场结构情况 260
- 图表 98 2015年中国自建联盟市场份额情况 261

- 图表 99 2015年中国搜索联盟市场份额情况 261
- 图表 100 2015年中国第三方联盟市场份额情况 262
- 图表 101 三类广告联盟核心特征 262
- 图表 102 广告联盟媒体资源比较 263
- 图表 103 百度联盟模式 264
- 图表 104 淘宝联盟模式 264
- 图表 105 百度联盟与淘宝联盟对比情况 264
- 图表 106 部分品牌广告网络公司融资以及资本变动情况 267
- 图表 107 2010-2015年分众传媒控股有限公司营业收入分产品情况表 271
- 图表 108 2010-2015年分众传媒控股有限公司主要财务指标统计 272
- 图表 109 2010-2015年分众传媒控股有限公司营业收入变化趋势图 272
- 图表 110 2010-2015年分众传媒控股有限公司总资产变化趋势图 272
- 图表 111 2015年杭州顺网科技股份有限公司分产品情况表 275
- 图表 112 2015年杭州顺网科技股份有限公司业务结构情况 275
- 图表 113 2010-2015年杭州顺网科技股份有限公司收入与利润统计 275
- 图表 114 2010-2015年杭州顺网科技股份有限公司资产与负债统计 276
- 图表 115 2010-2015年杭州顺网科技股份有限公司盈利能力情况 276
- 图表 116 2010-2015年杭州顺网科技股份有限公司偿债能力情况 276
- 图表 117 2010-2015年杭州顺网科技股份有限公司运营能力情况 277
- 图表 118 2010-2015年杭州顺网科技股份有限公司成本费用构成情况统计 277
- 图表 119 悠易互通（北京）广告有限公司产品情况 278
- 图表 120 2010-2015年中国网络广告品牌广告主数量增长趋势图 284
- 图表 121 2010-2015年中国主要行业网络广告投放费用 285
- 图表 122 2015年中国主要行业网络广告占比情况 285
- 图表 123 2015年网络广告市场广告主TOP30 286
- 图表 124 中国企业投放网络广告的原因分析 287
- 图表 125 中国企业不投放网络广告的原因分析 288
- 图表 126 2004-2015年中国汽车产量增长趋势图 289
- 图表 127 2004-2015年中国汽车销量增长趋势图 289
- 图表 128 2015年中国汽车品牌广告主投放费用TOP10 293
- 图表 129 2015年中国汽车网络广告投放费用媒体类别分析 293
- 图表 130 2010-2015年中国汽车行业网络广告投放增长情况 294
- 图表 131 2015年中国食品行业经济指标统计 295
- 图表 132 2009-2015年中国主要食品产量情况 296
- 图表 133 2015年中国饮料行业经济指标统计 297

- 图表 134 2009-2015年中国主要饮料产量情况 298
- 图表 135 2010-2015年中国食品饮料行业网络广告投放增长趋势图 298
- 图表 136 2015年中国食品饮料品牌广告主投放费用TOP10 299
- 图表 137 2015年中国食品饮料网络广告投放费用媒体类别分析 299
- 图表 138 2010-2015年中国房地产开发投资增长趋势图 300
- 图表 139 2010-2015年不同用途房地产开发投资构成情况 301
- 图表 140 2010-2015年中国商品房施工面积增长趋势图 301
- 图表 141 2010-2015年中国商品房新开工面积增长趋势图 302
- 图表 142 2010-2015年中国商品房竣工面积增长趋势图 302
- 图表 143 2010-2015年中国房地产类网络广告投放费用增长图 304
- 图表 144 2015年中国房地产行业网络广告主增长图 304
- 图表 145 2015年全部金融机构本外币存贷款及其增长速度 305
- 图表 146 2010-2015年中国城乡居民人民币储蓄存款余额及其增长速度 305
- 图表 147 2010-2015年中国金融行业网络广告投放增长趋势图 306
- 图表 148 2015年中国银行服务品牌广告主网络广告投放费用TOP10 307
- 图表 149 2015年中国银行服务品牌广告投放费用媒体类别分析 307
- 图表 150 2010-2015年中国消费类电子行业网络广告投放增长情况 308
- 图表 151 2015年消费类电子产品网络广告投放媒体类别排行 308
- 图表 152 2015年中国消费类电子产品网络广告投放费用TOP10 309
- 图表 153 2010-2015年中国服装服饰行业网络广告投放增长情况 309
- 图表 154 2010-2015年中国IT类产品网络广告投放增长情况 310
- 图表 155 2015年化妆品护肤品品牌网络广告投放额排行 311
- 图表 156 2015年化妆护肤品品牌网络广告投放媒体类别排行 311
- 图表 157 国际机构对全球及主要经济体2015-2012年经济增长预测值 317
- 图表 158 2016-2022年全球网络广告市场规模预测趋势图 318
- 图表 159 2016-2022年中国网络广告市场规模预测趋势图 319

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201601/375364.html>