

# 2017-2023年中国手机广告行业市场行情动态及发展前景预测报告

报告大纲

## 一、报告简介

智研咨询发布的《2017-2023年中国手机广告行业市场行情动态及发展前景预测报告》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：<https://www.chyxx.com/research/201709/558024.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

报告目录：

第一篇手机广告基篇

第一章手机广告行业发展概述

第一节:广告简介

一、广告的意义

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

第二节:手机广告

一、手机广告特点

二、手机广告的划分

三、手机广告的主要功能

四、手机广告

五、手机广告的特征

第二章 2016-2017年国内外广告行业运行态势析

第一节:2016-2017年世界广告业发展分析

一、世界广告发展点评

二、世界广告业的逻辑发展轨迹解析

三、金融危机中对海外广告市场的影响分析

四、全球部分国家广告业运行动态分析

1、美国

2、日本、

3、英国、

4、俄罗斯、

第二节:2016-2017年中国广告市场现状综述

一、中国广告业统计数据分析

二、中国广告业的产业组织结构解析

三、中国广告业规模跃居世界第二

四、广告市场上的外资发展分析

五、中国广告行业创意发展分析

第三节:2016-2017年中国广告行业的发展分析

一、三大主流广告收入状况

二、中国广告公司数量增速放缓

#### 第四节:2016-2017年中国广告市场存在问题分析

- 一、中国广告行业的“多米诺效应”分析
- 二、广告业的市场壁垒效应分析
- 三、阻碍中国广告行业发展的四大问题解析
- 四、新兴侵占传统广告空间
- 五、中国广告业的瓶颈问题解析
- 六、中国广告市场洗牌在即

#### 第五节:2016-2017年中国广告市场发展对策分析

- 一、中国广告行业要实行集团化发展
- 二、中国广告教育需要新思维
- 三、要牢记广告的“根本”
- 四、广告目标受众问题对策解析
- 五、有效广告投放途径分析

### 第三章 2016-2017年世界手机广告业发展形势分析

#### 第一节:2016-2017年世界手机广告业发展分析

- 一、美国手机广告业发展分析
- 二、日本手机广告业发展分析
- 三、俄罗斯手机广告业发展分析

#### 第二节:2016-2017年世界手机广告市场需求分析

- 一、世界手机广告市场需求量分析
- 二、世界手机广告策划分析
- 三、国外企业进军中国市场情况
- 四、世界手机广告业竞争分析

#### 第三节2016-2017年世界手机广告市场发展趋势分析

### 第四章 2016-2017年中国手机广告行业发展分析

#### 第一节:2016-2017年中国手机广告行业概况

- 一、中国手机广展历程
- 二、中国手机广告的产品类别
- 三、中国的手机广告产业的整合分析
- 四、跨行业合作形势下手机广告的优势

#### 第二节:2016-2017年中国手机广告市场发展现状

- 一、手机广告的投放特点
- 二、手机广告对用户消费的影响
- 三、手机广展形式分析
- 四、手机广告规范情况分析

### 第三节:2016-2017年手机广告市场空间分析

- 一、中国手机广告市场规模
- 二、高校手机广告市场规模
- 三、手机广告市场规模预测

## 第五章 2016-2017年中国手机广告产业运行分析

### 第一节:2016-2017年中国宏观经济分析

- 一、中国P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:2016-2017年中国手机广告产业政策分析

- 一、法律因素在手机广展中的作用
- 二、手机广告在高速发展中趋于健全规范
- 三、手机广告规范与发展的法律策略分析

### 第三节:2016-2017年中国手机广告产业社会分析

- 一、手机普及与应用
- 二、手机广告受众群体庞大

## 第六章 2016-2017年中国手机广告受众及投放分析

### 第一节:2016-2017年手机广告的投放原因及特点

- 一、投放手机广告的原因
- 二、手机广告在广告中的地位
- 三、手机广告接受度情况分析
- 四、制约手机广展的瓶颈

### 第二节:2016-2017年中国手机广告受众分析

- 一、受众接触手机广告的黄金时间
- 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:2016-2017年中国影响手机广告投放的要素分析

- 一、影响手机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

## 第七章 2016-2017年中国手机广告主要形式发展分析

### 第一节:PUSH类广告

- 一、PUSH类广告的介绍
  - 二、PUSH类广告的优势
  - 三、PUSH类广告的关注度
  - 四、2016-2017年PUSH类广展分析
  - 第二节:WAP类广告
    - 一、WAP类广告的介绍
    - 二、WAP类广告的优势
    - 三、WAP类广告的关注度
    - 四、2016-2017年WAP类广展分析
  - 第三节:业务嵌入类广展分析
    - 一、业务嵌入类广告的介绍
    - 二、业务嵌入类广告的优势
    - 三、业务嵌入类广告的关注度
    - 四、2016-2017年业务嵌入类广展分析
  - 第四节:语音类广展分析
    - 一、语音类广告的介绍
    - 二、语音类广告的优势
    - 三、语音类广告的关注度
    - 四、2016-2017年语音类广展分析
  - 第五节:小区类广展分析
    - 一、小区类广告的介绍
    - 二、小区类广告的优势
    - 三、小区类广告的关注度
    - 四、2016-2017年小区类广展分析
  - 第六节:终端内置类广展分析
    - 一、终端内置类广告的介绍
    - 二、终端内置类广告的优势
    - 三、终端内置类广告的关注度
    - 四、2016-2017年终端内置类广展分析
  - 第七节:搜索类广展分析
    - 一、搜索类广告的介绍
    - 二、搜索类广告的优势
    - 三、搜索类广告的关注度
    - 四、2016-2017年搜索类广展分析
- 第二篇手机广告行业竞争篇

## 第八章 2016-2017年中国手机广告区域市场竞争力比较分析

### 第一节:

- 一、各大重要行业手机广展分析
- 二、手机广告业发展存在的问题分析

### 第二节:上海

- 一、海市手机广告业发展特点分析
- 二、上海手机广告业的效益优势分析
- 三、手机广告公司经营状况及策略分析

### 第三节:广东

- 一、手机广告业发展阶段分析
- 二、2016-2017年手机广告业竞争状况分析
- 三、2016-2017年广东手机广告业发展分析

## 第九章 2016-2017年中国手机广告产业发展销售预测分析

### 第一节:2016-2017年中国各种广告形式市场竞争综合分析

- 一、互联网与传统广告行业竞合分析
- 二、谷歌微软对传统广告公司的压力
- 三、中国广告业界软硬广告竞争分析
- 四、央视重点时段广告竞争分析
- 五、移动广告行业竞争形势分析

### 第二节:2016-2017年中国手机广告业竞争状况分析

- 一、中国手机广告品牌竞争分析
- 二、中国手机广告价格竞争分析
- 三、中国手机广告竞争战略分析

### 第三节:2016-2017年中国手机广告企业竞争策略分析

## 第十章 2016-2017年中国手机广告产业链各环节:重点企业分析

### 第一节:运营商

- 一、中国移动
  - 1、发展思
  - 2、发展定位
  - 3、试点情况
- 二、中国联通

### 第二节:SP

- 一、分众传媒
  - 1、远景与战略
  - 2、核心价值观

### 3、现状

#### 二、飞拓无限

#### 三、上海聚君

#### 四、摩拜美迪（移动传媒）

#### 五、其他

#### 1、上海文广

#### 2、空中网

#### 3、GOOGLE

### 第三节:终端厂商

#### 一、诺基亚

#### 二、摩托罗拉

### 第三篇手机广告前景预测与投资篇

## 第十一章 :2015-2017年中国手机广告行业发展趋势分析

### 第一节2016-2017年中国广告行业发展趋势分析

#### 一、全球广告业收入预测

#### 二、中国广告行业未来趋势分析

#### 三、二十一世纪广告业发展总体趋势展望

#### 四、广告业的娱乐发展趋势

### 第二节2016-2017年中国手机广告市场趋势前景分析

#### 一、中国手机广告市场发展前景

#### 二、中国手机广告市场潜力分析

#### 三、中国手机广告展趋势分析

## 第十二章 :2015-2017年中国手机广告业投资价值研究（ZY ZF）

### 第一节2016-2017年中国广告业投资机会分析

#### 一、金融危机下中国广告市场的投资机遇

#### 二、“第五”广告市场孕育巨大商机

#### 三、网络游戏市场受青睐

#### 四、移动电视广告价值受肯定

#### 五、国际广告公司积极开发二线城市

### 第二节2016-2017年中国手机广告业投资机会与风险分析

#### 一、机会分析

#### 二、风险分析

### 第三节:专家观点

### 图表目录：

#### 图表：广告概念的分类



图表：日本广告费市场份额

图表：部分世界级大广告主及其主要广告代理集团

图表：欧洲前10位的媒介公司

图表：2016-2017年中国广告业发展基本情况

图表：2016-2017年中国广告经营单位发展情况

图表：2016-2017年四大广告经营状况

图表：2016-2017年中国媒介单位广告营业额前10位

图表：2016-2017年经营广告的网站情况

图表：2016-2017年广告投放行业分布

图表：2016-2017年中国广告公司营业额前10位

图表：中国广告总营业额、各营业额及其所占比例

图表：2016-2017年全球四大广告集团市场份额

图表：全球主流广告支出预测（、电视、电影、户外、互联网）

图表：:2015-2017年间全球10大广告支出国的市场份额增长速度

图表：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：全球广告公司收入排名

图表：MOTO手机广告演变过程

图表：消费者手机品牌选择的度演变过程

图表：:2015-2017年中国P总量及增长趋势图

图表：2016-2017年度中国三产业增加值结构图

图表：:2015-2017年中国CPI、PPI月度走势图

图表：:2015-2017年我国城镇居民可支配收入增长趋势图

图表：:2015-2017年我国农村居民人均纯收入增长趋势图

图表：2002-2017年中国城乡居民人均收入增长对比图

图表：1982-2016中国城乡居民恩格尔系数对比表

图表：1982-2016中国城乡居民恩格尔系数走势图

图表：:2015-2017年中国工业增加值增长趋势图

图表：:2015-2017年我国社会固定资产投资额走势图

图表：:2015-2017年我国城乡固定资产投资额对比图

图表：:2015-2017年我国财政收入支出走势图

图表：2016-2017年-2017年人民币兑美元汇率中间价

图表：2016-2017年人民币汇率中间价对照表

图表：2016-2017年-2017年中国货币供应量统计表单位：亿元

图表：2016-2017年-2017年中国货币供应量的增速走势图

图表：2003-2017年中国外汇储备走势图

图表：:2015-2017年中国外汇储备及增速变化图

图表：2016-2017年23日中国人民银行利率调整表

图表：:2015-2017年央行历次调整利率时间及幅度表

图表：我国历年存款准备金率调整情况统计表

图表：:2015-2017年中国社会消费品零售总额增长趋势图

图表：:2015-2017年我国货物进出口总额走势图

图表：:2015-2017年中国货物进口总额和出口总额走势图

图表：:2015-2017年中国就业人数走势图

图表：:2015-2017年中国城镇就业人数走势图

图表：1978-2017年我国人口出生率、死亡率及自然增长率走势图

图表：1978-2017年我国总人口数量增长趋势图

图表：2016-2017年人口数量及其构成

图表：1978-2017年中国城镇化率走势图

图表：:2015-2017年我国研究与试验发展（R&D）经费支出走势图

图表：:2015-2017年全球手机信息收入规模及增长情况

图表：2005-2017年全球GPS手机出货量统计和预测

图表：:2015-2017年西欧地区手机付费广告市场收入

图表：:2015-2017年美国手机银行用户规模及增长率

图表：2002-2017年中国手机市场规模变化

图表：:2015-2017年中国手机市场销量及增长预测

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201709/558024.html>