2018-2024年中国互联网+汽车广告行业市场深度调研及投资前景分析报告

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年中国互联网+汽车广告行业市场深度调研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/201806/648228.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：

第一章 我国互联网+汽车广告行业发展综述
1.1 “互联网+汽车广告”行业概念界定
1.1.1 “互联网+”的提出及内涵
（1）“互联网+”的提出
（2）“互联网+”的内涵
1.1.2 “互联网+汽车广告”行业的内涵
1.1.3 本报告的研究范围
1.2 我国互联网+汽车广告行业发展背景
1.2.1 我国互联网+汽车广告行业政策背景分析
（1）行业管理体制分析
（2）行业发展规划分析
（3）行业政策动向分析
（4）政策环境对行业的影响
1.2.2 我国互联网+汽车广告行业经济背景分析
（1）宏观经济环境分析
1）国际宏观经济运行分析
2）国内宏观经济运行分析
3）宏观经济发展对行业的影响
（2）关联产业发展背景
1）我国电子商务发展状况分析
2）我国大数据产业发展状况分析
3）我国互联网产业发展状况分析
4）关联产业发展对行业的影响
1.2.3 我国互联网+汽车广告行业技术背景分析
（1）云计算技术发展现状及未来趋势分析
（2）物联网技术发展现状及未来趋势分析
（3）通信技术的发展现状及未来趋势分析
（4）互联网相关技术对行业的影响总结
第二章 我国互联网+汽车广告行业发展现状及前景
2.1 我国互联网+汽车广告行业市场发展阶段分析
2.1.1互联网+汽车广告行业发展阶段的研究
2.1.2 我国互联网+汽车广告行业细分阶段发展特点

2.2 互联网给汽车广告行业带来的冲击和变革分析
2.2.1 互联网时代汽车广告行业大环境变化分析
2.2.2 互联网给汽车广告行业带来的突破机遇分析
2.2.3 互联网给汽车广告行业带来的挑战分析
2.2.4 互联网+汽车广告行业融合创新机会分析
2.3 我国互联网+汽车广告行业市场发展现状分析
2.3.1 我国互联网+汽车广告行业投资布局分析
（1）我国互联网+汽车广告行业投资切入方式
（2）我国互联网+汽车广告行业投资规模分析
（3）我国互联网+汽车广告行业投资业务布局
2.3.2 汽车广告行业目标客户互联网渗透率分析
2.3.3 我国互联网+汽车广告行业市场规模分析
2.3.4 我国互联网+汽车广告行业竞争格局分析
（1）我国互联网+汽车广告行业参与者结构
（2）我国互联网+汽车广告行业竞争者类型
（3）我国互联网+汽车广告行业市场占有率
2.4 我国互联网+汽车广告行业市场发展前景分析
2.4.1 我国互联网+汽车广告行业市场增长动力分析
2.4.2 我国互联网+汽车广告行业市场发展瓶颈剖析
2.4.3 我国互联网+汽车广告行业市场发展趋势分析
2.5 我国汽车广告行业电商发展现状及前景预测
2.5.1 我国汽车广告行业电商总体开展情况
2.5.2 我国汽车广告行业电商交易规模分析
2.5.3 我国汽车广告行业电商产品/服务品类
2.5.4 我国汽车广告行业电商盈利情况分析
2.5.5 我国汽车广告行业电商市场现存问题
2.5.6 我国汽车广告行业电商市场趋势分析
2.5.7 我国汽车广告行业电商市场规模预测
第三章 我国互联网+汽车广告行业商业模式创新策略
3.1商业模式研究的基本思想介绍
3.1.1 商业模式的定义及与其他模式的比较
3.1.2 商业模式的核心构成要素及构建流程
3.2 我国互联网+汽车广告行业市场定位创新分析
3.2.1 我国汽车广告行业消费者特征分析
3.2.2 我国汽车广告行业企业主流的市场定位分析

3.2.3 互联网对汽车广告行业市场定位的变革分析
3.2.4 互联网下汽车广告行业市场定位优秀案例分析
3.3 我国互联网+汽车广告行业价值主张创新分析
3.3.1 我国汽车广告行业主要的客户价值主张要素分析
3.3.2 互联网+汽车广告行业价值主张创新策略分析
（1）汽车广告行业企业如何利用互联网升级产品使用体验
（2）汽车广告行业企业如何利用互联网改善个性化服务体验
（3）汽车广告行业企业如何利用互联网节约客户成本
3.3.3 互联网+汽车广告行业价值主张创新优秀案例
3.4 我国互联网+汽车广告行业渠道通路创新分析
3.4.1 我国汽车广告行业渠道通路的主要类别及特点分析
（1）价值传递通路的定义及特点
（2）产品销售渠道的定义及特点
（3）现有渠道通路特点的优势及不足
（4）互联网对渠道通路的改造分析
3.4.2 互联网对汽车广告行业渠道通路的颠覆性变革分析
3.4.3 互联网+汽车广告行业网络媒体汽车广告宣传策略分析
3.4.4 互联网+汽车广告行业电商渠道构建策略分析
3.4.5 互联网+汽车广告行业渠道通路创新优秀案例
3.5 我国互联网+汽车广告行业客户关系创新分析
3.5.1 我国汽车广告行业客户关系的类别及关系成本分析
（1）汽车广告行业客户关系的类别分析
（2）汽车广告行业客户关系成本分析
3.5.2 我国互联网+汽车广告行业客户关系创新路径分析
3.5.3 我国互联网+汽车广告行业客户关系创新优秀案例
3.6 我国互联网+汽车广告行业收入来源创新分析
3.6.1 我国汽车广告行业收入的主要来源渠道及特点
3.6.2 我国互联网+汽车广告行业收入来源的创新分析
3.6.3 我国互联网+汽车广告行业收入来源创新优秀案例
3.7 我国互联网+汽车广告行业合作伙伴创新分析
3.7.1 我国汽车广告行业主要的合作伙伴及其特点分析
3.7.2 互联网如何改变汽车广告行业合作伙伴结构
3.7.3 互联网下汽车广告行业新增合作伙伴的特点
3.7.4 互联网下汽车广告行业新增合作伙伴优秀案例
3.8 我国互联网+汽车广告行业成本机构优化分析

3.8.1 我国汽车广告行业主要成本结构及特点分析
3.8.2 互联网如何改变汽车广告行业成本结构
3.8.3 互联网下汽车广告行业成本结构的优化路径
3.8.4 互联网下汽车广告行业成本结构优化优秀案例
3.9 国外互联网+汽车广告行业商业模式创新经验
3.9.1 国外互联网+汽车广告行业商业模式优秀案例剖析
（1）案例一
1）案例一基本信息分析
2）案例一经营情况分析
3）案例一盈利模式分析
4）案例一商业模式评价
（2）案例二
1）案例二基本信息分析
2）案例二经营情况分析
3）案例二盈利模式分析
4）案例二商业模式评价
（3）案例三
1）案例三基本信息分析
2）案例三经营情况分析
3）案例三盈利模式分析
4）案例三商业模式评价
3.9.2 国外互联网+汽车广告行业商业模式创新经验借鉴
第四章 我国汽车广告行业企业电商战略规划及模式选择
4.1 我国汽车广告行业企业电商战略规划分析
4.1.1 汽车广告企业电商如何正确定位
4.1.2 汽车广告电商核心业务确定策略
4.1.3 汽车广告企业电商化组织变革策略
4.2 我国汽车广告行业典型电商发展模式总体分析
4.2.1 我国电子商务主流模式分析
4.2.2 B2B电商模式及其优劣势分析
（1）B2B电商模式的特点
（2）B2B电商模式的适用范围
（3）B2B电商模式的优秀案例
（4）B2B电商模式的优劣势
4.2.3 B2C电商模式及其优劣势分析

（1）B2C电商模式的特点
（2）B2C电商模式的适用范围
（3）B2C电商模式的优秀案例
（4）B2C电商模式的优劣势
4.2.4 C2C电商模式及其优劣势分析
（1）C2C电商模式的特点
（2）C2C电商模式的适用范围
（3）C2C电商模式的优秀案例
（4）C2C电商模式的优劣势
4.2.5 O2O电商模式及其优劣势分析
（1）O2O电商模式的特点
（2）O2O电商模式的适用范围
（3）O2O电商模式的优秀案例
（4）O2O电商模式的优劣势
4.2.6 我国汽车广告行业最优电商模式的选择
4.3 我国汽车广告行业企业电商切入模式及发展路径
4.3.1 模式一
（1）模式一的特点及优劣势
（2）模式一的业务布局分析
（3）模式一的渠道通路分析
（4）模式一的收入来源分析
（5）模式一的关键资源能力分析
（6）模式一的经营风险分析
（7）模式一的优秀案例分析
4.3.2 模式二
（1）模式二的特点及优劣势
（2）模式二的业务布局分析
（3）模式二的渠道通路分析
（4）模式二的收入来源分析
（5）模式二的关键资源能力分析
（6）模式二的经营风险分析
（7）模式二的优秀案例分析
4.3.3 模式三
（1）模式三的特点及优劣势
（2）模式三的业务布局分析

（3）模式三的渠道通路分析
（4）模式三的收入来源分析
（5）模式三的关键资源能力分析
（6）模式三的经营风险分析
（7）模式三的优秀案例分析
4.4 我国汽车广告行业移动电商切入路径及典型产品
4.4.1 我国汽车广告行业移动电商的商业价值分析
（1）移动电商的商业价值分析
（2）我国移动互联网发展现状
（3）我国移动互联网前景预测
4.4.2 我国汽车广告行业移动电商市场发展现状
4.4.3 我国汽车广告行业移动电商市场切入路径
4.4.4 我国汽车广告行业移动电商典型产品形式
4.4.5 我国汽车广告行业移动电商发展趋势及前景
第五章 我国互联网+汽车广告商业模式创新优秀案例剖析
5.1 案例一
5.1.1 案例一基本信息分析
5.1.2 案例一经营情况分析
5.1.3 案例一产品/服务分析
5.1.4 案例一盈利模式分析
5.1.5 案例一渠道通路分析
5.1.6 案例一合作伙伴分析
5.1.7 案例一融资情况分析
5.1.8 案例一商业模式评价
5.2 案例二
5.2.1 案例二基本信息分析
5.2.2 案例二经营情况分析
5.2.3 案例二产品/服务分析
5.2.4 案例二盈利模式分析
5.2.5 案例二渠道通路分析
5.2.6 案例二合作伙伴分析
5.2.7 案例二融资情况分析
5.2.8 案例二商业模式评价
第六章 我国互联网+汽车广告行业市场投资机会及建议
6.1 我国互联网+汽车广告行业投资特性及风险

6.1.1 互联网+汽车广告行业投资壁垒分析
（1）政策壁垒
（2）技术壁垒
（3）市场壁垒
6.1.2 互联网+汽车广告行业投资特性分析
6.1.3 互联网+汽车广告行业投资风险分析
6.2 我国互联网+汽车广告行业投融资现状及趋势
6.2.1 我国互联网+汽车广告行业投资现状及趋势
（1）我国互联网+汽车广告行业投资主体结构
（2）各投资主体核心资源分析
（3）各投资主体投资方式分析
（4）各投资主体投资规模分析
（5）2017年主要投资事件分析
（6）各投资主体投资趋势分析
6.2.2 我国互联网+汽车广告行业融资现状及趋势
（1）我国互联网+汽车广告行业融资主体构成
（2）各融资主体核心资源分析
（3）各融资主体融资方式分析
（4）各融资主体融资规模分析
（5）2017年主要融资事件及用途
（6）各融资主体融资趋势分析
6.3 我国互联网+汽车广告行业投资机会及建议
6.3.1 我国互联网+汽车广告行业投资机会分析
6.3.2关于互联网+汽车广告行业的投资建议
第七章 我国大型企业互联网+汽车广告投资布局分析
7.1 相关上市公司“互联网+汽车广告”投资布局（ZY LII）
7.1.1 企业一
（1）企业基本信息分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业互联网+汽车广告投资布局
（4）企业互联网+汽车广告产品/服务分析
7.1.2 企业二
（1）企业基本信息分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业互联网+汽车广告投资布局

（4）企业互联网+汽车广告产品/服务分析
7.1.3 企业三
（1）企业基本信息分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业互联网+汽车广告投资布局
（4）企业互联网+汽车广告产品/服务分析
7.1.4 企业四
（1）企业基本信息分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业互联网+汽车广告投资布局
（4）企业互联网+汽车广告产品/服务分析
7.1.5 企业五
（1）企业基本信息分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业互联网+汽车广告投资布局
（4）企业互联网+汽车广告产品/服务分析
7.2 大型互联网企业“互联网+汽车广告”投资布局
7.2.1 阿里巴巴
（1）企业基本信息分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业互联网+汽车广告投资布局
（4）企业互联网+汽车广告产品/服务分析
7.2.2 百度公司
（1）企业基本信息分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业互联网+汽车广告投资布局
（4）企业互联网+汽车广告产品/服务分析
7.2.3 腾讯公司
（1）企业基本信息分析
（2）企业经营情况分析（ZY LII）
（3）企业互联网+汽车广告投资布局
（4）企业互联网+汽车广告产品/服务分析

部分图表目录：

图表1：互联网+汽车广告行业发展规划汇总表

图表2：互联网+汽车广告行业主要政策汇总表
图表3：政策环境对行业的影响分析表
图表4：2013-2017年全球主要经济体经济增速预测（单位：%）
图表5：2012-2017年我国GDP增长率变化趋势图（单位：%）
图表6：2012-2017年我国工业增加值及增长率走势图（单位：万亿元，%）
图表7：2012-2017年我国服务业增加值及增长率走势图（单位：万亿元，%）
图表8：2010-2017年我国电商交易规模发展趋势（单位：亿元，%）
图表9：2018-2024年我国电商交易规模预测
更多图表见正文……

详细请访问：https://www.chyxx.com/research/201806/648228.html