

2017-2023年中国网络营销产业竞争格局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《2017-2023年中国网络营销产业竞争格局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/201707/539367.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

2016年，中国在线视频广告市场规模达到319.5亿元，同比增长37.1%；随着企业逐渐镜像除贴片广告的其他广告形式的探索，加快自制内容布局，预计2017年中国在线视频广告市场规模将突破400亿元。

中国在线视频广告市场规模预测

资料来源：公开资料，智研咨询整理

2016年中国在线视频行业移动广告市场规模达204.5亿元，同比增长95.5%，随着智能手机和互联网的普及，用户行为逐渐向移动端倾斜，预计2017年中国在线视频行业移动广告规模将突破300亿元。

中国在线视频行业移动广告规模预测

资料来源：公开资料，智研咨询整理

智研咨询发布的《2017-2023年中国网络营销产业竞争格局及发展趋势研究报告》共五章。首先介绍了网络营销行业市场发展环境、网络营销整体运行态势等，接着分析了网络营销行业市场运行的现状，然后介绍了网络营销市场竞争格局。随后，报告对网络营销做了重点企业经营状况分析，最后分析了网络营销行业发展趋势与投资预测。您若想对网络营销产业有个系统的了解或者想投资网络营销行业，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：

一、2016年全球网络营销市场概述

(一) 市场规模与特点

- 1、2016年市场规模与增长
- 2、新营销传播方式

(二) 基本特点

(三) 主要国家与地区

- 1、美国
- 2、欧洲
- 3、日本
- 4、韩国

二、2016年中国网络营销市场概述

(一) 市场规模与增长

2016年中国网络广告市场规模达到2902.7亿元，同比增长32.9%，与2015年相比增速有所回暖。随着中国网络广告市场不断成熟，预计2017年整体规模将突破3800亿元。

资料来源：公开资料，智研咨询整理

(二) 基本特点

(三) 市场结构分析

1、行业结构

2、营销媒介结构

三、2017-2023年网络营销市场发展预测

(一) 2017-2023年网络营销市场规模预测

(二) 2017-2023年网络营销市场结构预测

1、行业结构

2、营销媒介结构

四、2017-2023年网络营销市场趋势分析

(一) 市场环境

(二) 产品与服务

(三) 技术

(四) 媒介渠道

五、2016年中国网络营销细分领域分析(ZY GXH)

(一) 门户类媒体

1、传播方式

2、投放模式

3、商业传播价值分析

4、门户类媒体受众分析

5、门户类媒体最佳使用实践分析（选择意愿、接受程度、媒体优势、适合的行业……）

6、主力企业评价

（1）新浪

（2）搜狐

(二) 搜索引擎类媒体

1、传播方式

2、投放模式

3、商业传播价值分析

4、门户类媒体受众分析

5、门户类媒体最佳使用实践分析（选择意愿、接受程度、媒体优势、适合的行业……）

6、主力企业评价

(1) 百度

(2) 谷歌

(三) 社区类媒体

1、传播方式

2、投放模式

3、商业传播价值分析

4、门户类媒体受众分析

5、门户类媒体最佳使用实践分析（选择意愿、接受程度、媒体优势、适合的行业.....）

6、主力企业评价 (ZY GXH)

图表目录：

图表目录：

图表：门户类媒体投放模式表

图表：搜索引擎类媒体投放模式表

图表：博客类媒体投放模式表

图表：社区类媒体投放模式表

图表：视频类媒体投放模式表

图表：2016年中国网络营销市场规模

图表：2016年中国门户类媒体受众性别结构

图表：2016年中国门户类媒体受众年龄结构

图表：2016年中国门户类媒体受众学历结构

图表：2016年中国门户类媒体受众收入结构

图表：门户类媒体传播模式图

图表：营销主对门户类媒体的选择意愿

图表：营销主对主要门户类媒体的接受程度

图表：门户类媒体营销传播优势

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201707/539367.html>