

# 2018-2024年中国在线广告行业市场运营态势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《2018-2024年中国在线广告行业市场运营态势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/201805/639782.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：

第一部分 行业发展现状

第一章 在线广告行业发展概述

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 在线广告

一、在线广告的概念

二、在线广告的划分

三、在线广告的主要功能

四、在线广告媒体

五、在线广告的特征

第二章 国外广告行业发展分析

第一节 世界广告行业发展概况

一、2016-2017年全球广告经营状况

二、2016-2017年世界广告业排名状况分析

三、2016-2017年世界广告业发展状况

第二节 2016-2017年世界广告业发展状况分析

一、2016-2017年世界广告业发展规模分析

二、2016-2017年世界广告业发展特点分析

三、2016-2017年世界广告发展存在的问题

四、2016-2017年世界广告企业竞争分析

第三节 全球广告市场分析

一、全球广告市场格局分析

二、2016-2017年戛纳广告节的开展情况

三、2016-2017年全球广告支出情况分析

四、2016-2017年全球在线广告开支额

五、2016-2017年欧债危机对广告行业的冲击

六、2016-2017年中国对全球广告市场的贡献

第四节 2018-2024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、在线广告发展前景分析

### 三、2017年全球广告支出增长预测

### 四、2013-2017年全球广告预算情况

### 五、2018-2024年广告行业发展前景

## 第三章 世界在线广告业发展分析

### 第一节 2016-2017年世界在线广告业发展分析

#### 一、2016-2017年美国在线广告业发展分析

#### 二、2016-2017年日本在线广告业发展分析

#### 三、2016-2017年俄罗斯在线广告业发展分析

### 第二节 2016-2017年世界在线广告市场需求分析

#### 一、2016-2017年世界在线广告市场需求量分析

#### 二、2016-2017年世界在线广告策划分析

#### 三、2016-2017年国外企业进军中国市场情况

#### 四、2016-2017年世界在线广告业竞争分析

### 第三节 2018-2024年世界在线广告市场发展趋势分析

## 第四章 我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 我国广告市场发展分析

#### 一、2016-2017年中国广告发展现状

#### 二、2016-2017年内地广告市场规模分析

#### 三、2016-2017年中国广告市场价值分析

#### 四、2016-2017年中国广告市场的投放额

#### 五、2017年广告行业人才供求情况

#### 六、2017年广告市场面临的挑战

### 第三节 我国广告市场规范情况

#### 一、2017年中国查处广告违法案件情况

#### 二、2017年广告业存在的主要问题探讨

#### 三、2017年中国广告行业新的自律规则

#### 四、2017年广告行业结盟维护创意版权

## 第五章 我国在线广告行业发展分析

### 第一节 中国在线广告行业概况

- 一、中国在线广告发展历程
- 二、中国在线广告的产品类别
- 三、中国的在线广告产业的整合分析
- 四、跨行业合作形势下在线广告的优势
- 第二节 中国在线广告市场发展现状
  - 一、在线广告的投放特点
  - 二、在线广告对用户消费的影响
  - 三、在线广告发展形式分析
  - 四、在线广告规范情况分析
- 第三节 在线广告市场空间分析
  - 一、2017年中国在线广告市场规模
  - 二、2017年一线城市在线广告市场规模
  - 二、2017年二、三线城市在线广告市场规模
  - 三、2017年在线广告市场规模预测
- 第四节 中国在线广告的相关政策分析
  - 一、法律因素在在线广告发展中的作用
  - 二、在线广告在高速发展中趋于健全规范
  - 三、在线广告规范与发展的法律策略分析
- 第六章 中国在线广告受众及投放分析
  - 第一节 在线广告的投放原因及特点
    - 一、投放在线广告的原因
    - 二、在线广告在广告媒体中的地位
    - 三、在线广告接受度情况分析
    - 四、制约在线广告发展的瓶颈
  - 第二节 在线广告受众分析
    - 一、受众接触在线广告的黄金时间
    - 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 影响在线广告投放的要素分析
    - 一、影响在线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 在线广告行业产业链分析
  - 第一节 产业链分析
    - 一、行业经济特性

## 二、产业链结构分析

### 第二节 上下游产业发展对行业的影响分析

- 一、上游产业发展对该行业的影响
- 二、下游产业发展对该行业的影响
- 三、行业新动态及其对产业的影响
- 四、行业竞争状况及其对产业的意义

## 第二部分 行业竞争格局

### 第八章 中国在线广告市场竞争分析

#### 第一节 2017年中国各种广告形式市场竞争综合分析

- 一、2017年在线广告与传统广告行业竞争分析
- 二、2017年新兴媒体对在线广告的影响
- 三、2017年中国广告业界软硬广告竞争分析
- 四、2016-2017年央视重点时段广告竞争分析
- 五、2016-2017年在线广告行业竞争形势分析

#### 第二节 2017年中国在线广告业竞争状况分析

- 一、2017年中国在线广告品牌竞争分析
- 二、2017年中国在线广告价格竞争分析
- 三、2017年中国在线广告竞争战略分析

### 第九章 在线广告企业竞争策略分析

#### 第一节 在线广告市场竞争策略分析

- 一、2017年在线广告市场增长潜力分析
- 二、2017年在线广告主要潜力品种分析
- 三、现有在线广告产品竞争策略分析
- 四、潜力在线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 在线广告企业竞争策略分析

- 一、欧债危机对在线广告行业竞争格局的影响
- 二、欧债危机后在线广告行业竞争格局的变化
- 三、2018-2024年我国在线广告市场竞争趋势
- 四、2018-2024年在线广告行业竞争格局展望
- 五、2018-2024年在线广告行业竞争策略分析
- 六、2018-2024年在线广告企业竞争策略分析

### 第十章 在线广告重点企业竞争分析

#### 第一节 广东省广告有限公司

- 一、企业概况

## 二、竞争优势分析

### 三、2016-2017年经营状况

### 四、2018-2024年发展战略

## 第二节 上海广告有限公司

### 一、企业概况

### 二、竞争优势分析

### 三、2016-2017年经营状况

### 四、2018-2024年发展战略

## 第三节 昌荣传播机构

### 一、企业概况

### 二、竞争优势分析

### 三、2016-2017年经营状况

### 四、2018-2024年发展战略

## 第四节 三人行广告有限公司

### 一、企业概况

### 二、竞争优势分析

### 三、2016-2017年经营状况

### 四、2018-2024年发展战略

## 第五节 京维传凯普广告传播有限公司

### 一、企业概况

### 二、竞争优势分析

### 三、2016-2017年经营状况

### 四、2018-2024年发展战略

## 第六节 文丰影视传媒

### 一、企业概况

### 二、竞争优势分析

### 三、2016-2017年经营状况

### 四、2018-2024年发展战略

## 第七节 天橙传媒

### 一、企业概况

### 二、竞争优势分析

### 三、2016-2017年经营状况

### 四、2018-2024年发展战略

## 第八节 上海中广在线广告有限公司

### 一、企业概况

## 二、竞争优势分析

## 三、2016-2017年经营状况

## 四、2018-2024年发展战略

## 第三部分 行业前景预测

### 第十一章 在线广告行业发展趋势分析

#### 第一节 中国广告行业发展趋势分析

##### 一、中国广告业发展新动向

##### 二、2017年中国广告市场趋势解析

##### 三、2018-2024年中国广告行业发展前景

##### 四、2016-2017年中国对全球广告市场的推动

##### 五、2017年中国广告市场发展及新媒体趋势

#### 第二节 中国在线广告市场趋势前景分析

##### 一、中国在线广告市场发展前景

##### 二、中国在线广告市场潜力分析

##### 三、中国在线广告发展趋势分析

### 第十二章 未来在线广告行业发展预测

#### 第一节 2018-2024年国际在线广告市场预测

##### 一、2018-2024年全球在线广告行业供给预测

##### 二、2018-2024年全球在线广告市场需求前景

##### 三、2018-2024年全球在线广告市场价格预测

#### 第二节 2018-2024年国内在线广告市场预测

##### 一、2018-2024年国内在线广告行业供给预测

##### 二、2018-2024年国内在线广告行业规模预测

##### 三、2018-2024年国内在线广告市场需求前景

##### 四、2018-2024年国内在线广告市场价格预测

##### 五、2018-2024年国内在线广告行业集中度预测

## 第四部分 投资战略研究

### 第十三章 在线广告行业投资环境分析

#### 第一节 经济发展环境分析

##### 一、2016-2017年我国宏观经济运行情况

##### 二、2018-2024年我国宏观经济形势分析

##### 三、2018-2024年投资趋势及其影响预测

#### 第二节 政策法规环境分析

##### 一、2017年在线广告行业政策环境

##### 二、2017年国内宏观政策对其影响

### 三、2017年行业产业政策对其影响

#### 第三节 社会发展环境分析

##### 一、国内社会环境发展现状

##### 二、2017年社会环境发展分析

##### 三、2018-2024年社会环境对行业的影响分析

### 第十四章 在线广告行业投资机会与风险

#### 第一节 在线广告行业投资效益分析

##### 一、2016-2017年在线广告行业投资状况分析

##### 二、2018-2024年在线广告行业投资效益分析

##### 三、2018-2024年在线广告行业投资趋势预测

##### 四、2018-2024年在线广告行业的投资方向

##### 六、新进入者应注意的障碍因素分析

#### 第二节 影响在线广告行业发展的主要因素

##### 一、2018-2024年影响在线广告行业运行的有利因素分析

##### 二、2018-2024年影响在线广告行业运行的稳定因素分析

##### 三、2018-2024年影响在线广告行业运行的不利因素分析

##### 四、2018-2024年我国在线广告行业发展面临的挑战分析

##### 五、2018-2024年我国在线广告行业发展面临的机遇分析

#### 第三节 在线广告行业投资风险及控制策略分析

##### 一、2018-2024年在线广告行业市场风险及控制策略

##### 二、2018-2024年在线广告行业政策风险及控制策略

##### 三、2018-2024年在线广告行业经营风险及控制策略

##### 四、2018-2024年在线广告行业技术风险及控制策略

##### 五、2018-2024年在线广告同业竞争风险及控制策略

##### 六、2018-2024年在线广告行业其他风险及控制策略

### 第十五章 在线广告行业投资战略研究（ZY ZM）

#### 第一节 在线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 对我国在线广告品牌的战略思考

- 一、企业品牌的重要性
  - 二、在线广告实施品牌战略的意义
  - 三、在线广告企业品牌的现状分析
  - 四、我国在线广告企业的品牌战略
  - 五、在线广告品牌战略管理的策略
- 第三节在线广告行业投资战略研究
- 一、2017年广告行业投资战略
  - 二、2017年我国在线广告行业投资战略
  - 三、2018-2024年在线广告行业投资战略
  - 四、2018-2024年细分行业投资战略

图表目录：

- 图表 2017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
  - 图表 2011-2017年间全球10大广告支出国的市场份额增长速度
  - 图表 2017年美国在线广告收入比例
  - 图表 中国历年主要行业在线广告支出
  - 图表 2017年全球广告公司收入排名
  - 图表 在线广告演变过程
  - 图表 2017年主流品牌关注比例波动幅度对比
  - 图表 2017年全球四大广告集团市场份额
  - 图表 中国历年主要行业在线广告支出
  - 图表 2017年全球广告公司收入排名
  - 图表 2013-2017年美国广告市场规模增长趋势图
  - 图表 2018-2024年美国在线广告市场规模及预测
  - 图表 2013-2017年日本主要媒体广告市场规模
  - 图表 2013-2017年日本主要媒体广告市场规模变动情况
  - 图表 2013-2017年日本在线广告市场规模及预测
- 更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201805/639782.html>