

2018-2024年中国联网广告市场深度评估及投资前景评估报告

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年中国联网广告市场深度评估及投资前景评估报告》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/201711/580029.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

互联网广告包括展示类广告、搜索引擎广告、社交网络效果广告、文字链广告、分类广告和其它形式广告，其中展示类广告和搜索引擎广告是最重要的两种广告形式。

2015 年我国主要互联网公司中网络营销收入占比

资料来源：公开资料整理

互联网广告市场中各家公司份额（单位：%）

资料来源：公开资料整理

智研咨询发布的《2018-2024年中国联网广告市场深度评估及投资前景评估报告》共十九章。首先介绍了中国联网广告行业市场发展环境、联网广告整体运行态势等，接着分析了中国联网广告行业市场运行的现状，然后介绍了联网广告市场竞争格局。随后，报告对联网广告做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国联网广告行业发展趋势与投资预测。您若想对联网广告产业有个系统的了解或者想投资中国联网广告行业，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：

第一部分 行业运行环境

第一章 互联网广告行业相关概述

第一节 互联网广告行业定义及分类

一、行业定义

二、行业主要分类

三、行业特性及在国民经济中的地位

第二节 互联网广告行业统计标准

一、统计部门和统计口径

二、行业主要统计方法介绍

三、行业涵盖数据种类介绍

第三节 2012-2017中国互联网广告行业经济指标分析

一、赢利性

二、成长速度

三、附加值的提升空间

四、进入壁垒 / 退出机制

五、风险性

六、行业周期

七、竞争激烈程度指标

八、行业及其主要子行业成熟度分析

第四节 互联网广告行业产业链分析

一、产业链结构分析

二、主要环节的增值空间

三、与上下游行业之间的关联性

四、行业产业链上游相关行业分析

五、行业下游产业链相关行业分析

六、上下游行业影响及风险提示

第二章 互联网广告行业2018-2024规划概述

第一节 2012-2017互联网广告行业发展回顾

一、2012-2017互联网广告行业运行情况

二、2012-2017互联网广告行业发展特点

三、2012-2017互联网广告行业发展成就

第二节 互联网广告行业2018-2024总体规划

一、互联网广告行业2018-2024规划纲要

二、互联网广告行业2018-2024规划指导思想

三、互联网广告行业2018-2024规划主要目标

第三节 2018-2024规划解读

一、2018-2024规划的总体战略布局

二、2018-2024规划对经济发展的影响

三、2018-2024规划的主要精神解读

第三章 2018-2024经济环境分析

第一节 2018-2024世界经济发展趋势

一、2018-2024世界经济将逐步恢复增长

二、2018-2024经济全球化曲折发展

三、2018-2024新能源与节能环保将引领全球产业

四、2018-2024跨国投资再趋活跃

五、2018-2024气候变化与能源资源将制约世界经济

六、2018-2024美元地位继续削弱

七、2018-2024世界主要新兴经济体大幅提升

第二节 2018-2024我国经济面临的形势

一、2018-2024我国经济将长期趋好

二、2018-2024我国经济将围绕三个转变

三、2018-2024我国工业产业将全面升级

四、2018-2024我国以绿色发展战略为基调

第三节 2018-2024我国对外经济贸易预测

一、2018-2024我国劳动力结构预测

二、2018-2024我国贸易形式和利用外资方式预测

三、2018-2024我国自主创新结构预测

四、2018-2024我国产业体系预测

五、2018-2024我国产业竞争力预测

六、2018-2024我国经济国家化预测

七、2018-2024我国经济将面临的贸易障碍预测

八、2018-2024人民币区域化和国际化预测

九、2018-2024我国对外贸易与城市发展关系预测

十、2018-2024我国中小企业面临的外需环境预测

第二部分 行业深度分析

第四章 互联网广告行业全球发展分析

第一节 全球互联网广告市场总体情况分析

一、全球互联网广告行业的发展特点

二、2014-2017年全球互联网广告市场结构

三、2014-2017年全球互联网广告行业发展分析

四、2014-2017年全球互联网广告行业竞争格局

五、2014-2017年全球互联网广告市场区域分布

第二节 全球主要国家（地区）市场分析

一、欧洲

1、欧洲互联网广告行业发展概况

2、2014-2017年欧洲互联网广告市场结构

3、2018-2024欧洲互联网广告行业发展前景预测

二、北美

1、北美互联网广告行业发展概况

2、2014-2017年北美互联网广告市场结构

3、2018-2024北美互联网广告行业发展前景预测

三、日本

1、日本互联网广告行业发展概况

2、2014-2017年日本互联网广告市场结构

3、2018-2024日本互联网广告行业发展前景预测

四、韩国

- 1、韩国互联网广告行业发展概况
- 2、2014-2017年韩国互联网广告市场结构
- 3、2018-2024韩国互联网广告行业发展前景预测

五、其他国家地区

第五章 2012-2017互联网广告行业总体发展状况

第一节 互联网广告行业特性分析

第二节 互联网广告产业特征与行业重要性

第三节 2012-2017互联网广告行业发展分析

- 一、2012-2017互联网广告行业发展态势分析
- 二、2012-2017互联网广告行业发展特点分析
- 三、2018-2024区域产业布局与产业转移

第四节 2012-2017互联网广告行业规模情况分析

- 一、行业单位规模情况分析
- 二、行业人员规模状况分析
- 三、行业资产规模状况分析
- 四、行业市场规模状况分析

2015 年中国移动广告（包括移动搜索、应用广告、移动视频广告等）

市场规模901亿元，同比增长203%，预计2018年有望达到3267亿元，3年CAGR为54%。

2012-2018 年中国互联网广告市场规模

资料来源：公开资料，智研咨询整理

第五节 2012-2017互联网广告行业财务能力分析

- 一、行业盈利能力分析与预测
- 二、行业偿债能力分析与预测
- 三、行业营运能力分析与预测
- 四、行业发展能力分析与预测

第六章 中国互联网广告市场规模分析

第一节 2012-2017中国互联网广告市场规模分析

第二节 2012-2017我国互联网广告区域结构分析

第三节 2012-2017中国互联网广告区域市场规模

- 一、2012-2017东北地区市场规模分析
- 二、2012-2017华北地区市场规模分析
- 三、2012-2017华东地区市场规模分析
- 四、2012-2017华中地区市场规模分析
- 五、2012-2017华南地区市场规模分析

六、2012-2017西部地区市场规模分析

第四节 2018-2024中国互联网广告市场规模预测

第七章 我国互联网广告行业运行分析

第一节 我国互联网广告行业发展状况分析

- 一、我国互联网广告行业发展阶段
- 二、我国互联网广告行业发展总体概况
- 三、我国互联网广告行业发展特点分析
- 四、我国互联网广告行业商业模式分析

第二节 2014-2017年互联网广告行业发展现状

- 一、2014-2017年我国互联网广告行业市场规模
- 二、2014-2017年我国互联网广告行业发展分析
- 三、2014-2017年中国互联网广告企业发展分析

第三节 2014-2017年互联网广告市场情况分析

- 一、2014-2017年中国互联网广告市场总体概况
- 二、2014-2017年中国互联网广告市场发展分析

第四节 我国互联网广告市场价格走势分析

- 一、互联网广告市场定价机制组成
- 二、互联网广告市场价格影响因素
- 三、2014-2017年互联网广告价格走势分析
- 四、2018-2024互联网广告价格走势预测

第八章 2018-2024我国互联网广告市场供需形势分析

第一节 我国互联网广告市场供需分析

- 一、2014-2017年我国互联网广告行业供给情况
 - 1、我国互联网广告行业供给分析
 - 2、重点企业供给及占有份额
 - 二、2014-2017年我国互联网广告行业需求情况
 - 1、互联网广告行业需求市场
 - 2、互联网广告行业客户结构
 - 3、互联网广告行业需求的地区差异
 - 三、2014-2017年我国互联网广告行业供需平衡分析
- ### 第二节 互联网广告产品（服务）市场应用及需求预测
- 一、互联网广告产品（服务）应用市场总体需求分析
 - 1、互联网广告产品（服务）应用市场需求特征
 - 2、互联网广告产品（服务）应用市场需求总规模
 - 二、2018-2024互联网广告行业领域需求量预测

- 1、2018-2024互联网广告行业领域需求产品（服务）功能预测
- 2、2018-2024互联网广告行业领域需求产品（服务）市场格局预测
- 三、重点行业互联网广告产品（服务）需求分析预测
- 第三部分 行业竞争策略
- 第九章 2018-2024互联网广告行业产业结构调整分析
- 第一节 互联网广告产业结构分析
- 一、市场细分充分程度分析
- 二、各细分市场领先企业排名
- 三、各细分市场占总市场的结构比例
- 四、领先企业的结构分析（所有制结构）
- 第二节 产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析
- 一、产业价值链的构成
- 二、产业链条的竞争优势与劣势分析
- 第三节 2018-2024产业结构发展预测
- 一、产业结构调整指导政策分析
- 二、产业结构调整中消费者需求的引导因素
- 三、中国互联网广告行业参与国际竞争的战略市场定位
- 四、2018-2024产业结构调整方向分析
- 第十章 互联网广告行业竞争力优势分析
- 第一节 互联网广告行业竞争力优势分析
- 一、行业地位分析
- 二、行业整体竞争力评价
- 三、行业竞争力评价结果分析
- 四、竞争优势评价及构建建议
- 第二节 中国互联网广告行业竞争力分析
- 一、我国互联网广告行业竞争力剖析
- 二、我国互联网广告企业市场竞争的优势
- 三、民企与外企比较分析
- 四、国内互联网广告企业竞争能力提升途径
- 第三节 互联网广告行业SWOT分析
- 一、互联网广告行业优势分析
- 二、互联网广告行业劣势分析
- 三、互联网广告行业机会分析
- 四、互联网广告行业威胁分析
- 第十一章 2018-2024互联网广告行业市场竞争策略分析

第一节 行业总体市场竞争状况分析

一、互联网广告行业竞争结构分析

- 1、现有企业间竞争
- 2、潜在进入者分析
- 3、替代品威胁分析
- 4、供应商议价能力
- 5、客户议价能力
- 6、竞争结构特点总结

二、互联网广告行业企业间竞争格局分析

- 1、不同地域企业竞争格局
- 2、不同规模企业竞争格局
- 3、不同所有制企业竞争格局

三、互联网广告行业集中度分析

- 1、市场集中度分析
- 2、企业集中度分析
- 3、区域集中度分析
- 4、各子行业集中度
- 5、集中度变化趋势

第二节 中国互联网广告行业竞争格局综述

一、互联网广告行业竞争概况

- 1、中国互联网广告行业品牌竞争格局
- 2、互联网广告业未来竞争格局和特点
- 3、互联网广告市场进入及竞争对手分析

二、互联网广告行业主要企业竞争力分析

- 1、重点企业资产总计对比分析
- 2、重点企业从业人员对比分析
- 3、重点企业营业收入对比分析
- 4、重点企业利润总额对比分析
- 5、重点企业综合竞争力对比分析

第三节 2014-2017年互联网广告行业竞争格局分析

- 一、2014-2017年国内外互联网广告竞争分析
- 二、2014-2017年我国互联网广告市场竞争分析
- 三、2014-2017年我国互联网广告市场集中度分析
- 四、2014-2017年国内主要互联网广告企业动向
- 五、2014-2017年国内互联网广告企业拟在建项目分析

第四节 互联网广告企业竞争策略分析

- 一、提高互联网广告企业核心竞争力的对策
- 二、影响互联网广告企业核心竞争力的因素及提升途径
- 三、提高互联网广告企业竞争力的策略

第十二章 2018-2024互联网广告行业重点企业发展形势分析

第一节 悠易互通（北京）广告有限公司

- 一、企业基本情况简介
- 二、企业业务范围分析
- 三、企业主要客户分析
- 四、企业典型项目分析
- 五、企业推广策略分析
- 六、企业最新发展动向

第二节 科思世通广告（北京）有限公司

- 一、企业基本情况简介
- 二、企业业务范围分析
- 三、企业主要客户分析
- 四、企业典型项目分析
- 五、企业推广策略分析
- 六、企业最新发展动向

第三节 互动通传媒有限公司

- 一、企业基本情况简介
- 二、企业业务范围分析
- 三、企业主要客户分析
- 四、企业典型项目分析
- 五、企业推广策略分析
- 六、企业最新发展动向

第四节 新意互动广告有限公司

- 一、企业基本情况简介
- 二、企业业务范围分析
- 三、企业主要客户分析
- 四、企业典型项目分析
- 五、企业推广策略分析
- 六、企业最新发展动向

第五节 上海网迈广告有限公司

- 一、企业基本情况简介

二、企业业务范围分析

三、企业主要客户分析

四、企业典型项目分析

五、企业推广策略分析

六、企业最新发展动向

第六节 华扬联众数字技术股份有限公司

一、企业基本情况简介

二、企业业务范围分析

三、企业主要客户分析

四、企业典型项目分析

五、企业推广策略分析

六、企业最新发展动向

第七节 奥美世纪（北京）广告有限公司

一、企业基本情况简介

二、企业业务范围分析

三、企业主要客户分析

四、企业典型项目分析

五、企业推广策略分析

六、企业最新发展动向

第八节 星鹏泰技术咨询有限公司

一、企业基本情况简介

二、企业业务范围分析

三、企业主要客户分析

四、企业典型项目分析

五、企业推广策略分析

六、企业最新发展动向

第九节 电众数码（北京）广告有限公司

一、企业基本情况简介

二、企业业务范围分析

三、企业主要客户分析

四、企业典型项目分析

五、企业推广策略分析

六、企业最新发展动向

第十节 北京腾信创新网络营销技术股份有限公司

一、企业基本情况简介

二、企业业务范围分析

三、企业主要客户分析

四、企业典型项目分析

五、企业推广策略分析

六、企业最新发展动向

第四部分 投资前景展望

第十三章 2018-2024互联网广告行业投资前景展望

第一节 互联网广告行业2018-2024投资机会分析

一、互联网广告投资项目分析

二、可以投资的互联网广告模式

三、2018-2024互联网广告投资机会

第二节 2018-2024互联网广告行业发展预测分析

一、2018-2024互联网广告发展分析

二、2018-2024互联网广告行业技术开发方向

三、总体行业2018-2024整体规划及预测

第三节 未来市场发展趋势

一、产业集中度趋势分析

二、2018-2024行业发展趋势

第四节 2018-2024规划将为互联网广告行业找到新的增长点

第十四章 2018-2024互联网广告行业投资价值评估分析

第一节 互联网广告行业投资特性分析

一、互联网广告行业进入壁垒分析

二、互联网广告行业盈利因素分析

三、互联网广告行业盈利模式分析

第二节 2018-2024互联网广告行业发展的影响因素

一、有利因素

二、不利因素

第三节 2018-2024互联网广告行业投资价值评估分析

一、行业投资效益分析

1、行业活力系数比较及分析

2、行业投资收益率比较及分析

3、行业投资效益评估

二、产业发展的空白点分析

三、投资回报率比较高的投资方向

四、新进入者应注意的障碍因素

第四节 2018-2024中国互联网广告行业投资收益预测

- 一、预测理论依据
- 二、2018-2024中国互联网广告行业总产值预测
- 三、2018-2024中国互联网广告行业销售收入预测
- 四、2018-2024中国互联网广告行业利润总额预测
- 五、2018-2024中国互联网广告行业总资产预测

第十五章 2018-2024互联网广告行业发展趋势及投资风险分析

第一节 2012-2017互联网广告存在的问题

第二节 2018-2024发展预测分析

- 一、2018-2024互联网广告发展方向分析
- 二、2018-2024互联网广告行业发展规模预测
- 三、2018-2024互联网广告行业发展趋势预测

第三节 2018-2024互联网广告行业投资风险分析

- 一、竞争风险
- 二、市场风险分析
- 三、管理风险分析
- 四、投资风险分析

第十六章 互联网广告行业2018-2024热点问题探讨

第一节 推进城镇化和加快新农村建设，调整优化城乡结构

第二节 发展绿色经济和互联网广告经济，增强可持续发展能力

第三节 发挥地区比较优势，促进区域协调发展

第四节 建立扩大消费需求的长效机制研究

第五节 培育新型战略型产业，优化经济结构

第六节 2018-2024互联网广告行业自身热点问题研究

- 一、行业技术发展热点问题
- 二、产业增长方式转型问题
- 三、行业产业链延伸问题
- 四、行业节能减排问题
- 五、行业产业转移及承接问题

第五部分 投资规划指导

第十七章 2018-2024互联网广告行业面临的困境及对策

第一节 2016年互联网广告行业面临的困境

第二节 互联网广告企业面临的困境及对策

一、重点互联网广告企业面临的困境及对策

1、重点互联网广告企业面临的困境

2、重点互联网广告企业对策探讨

二、中小互联网广告企业发展困境及策略分析

1、中小互联网广告企业面临的困境

2、中小互联网广告企业对策探讨

三、国内互联网广告企业的出路分析

第三节 中国互联网广告行业存在的问题及对策

一、中国互联网广告行业存在的问题

二、互联网广告行业发展的建议对策

1、把握国家投资的契机

2、竞争性战略联盟的实施

3、企业自身应对策略

三、市场的重点客户战略实施

1、实施重点客户战略的必要性

2、合理确立重点客户

3、重点客户战略管理

4、重点客户管理功能

第四节 中国互联网广告市场发展面临的挑战与对策

第十八章 2018-2024互联网广告行业投资战略研究

第一节 互联网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 对我国互联网广告品牌的战略思考

一、互联网广告品牌的重要性

二、互联网广告实施品牌战略的意义

三、互联网广告企业品牌的现状分析

四、我国互联网广告企业的品牌战略

五、互联网广告品牌战略管理的策略

第三节 互联网广告经营策略分析

一、互联网广告市场细分策略

二、互联网广告市场创新策略

三、品牌定位与品类规划

四、互联网广告新产品差异化战略

第四节 互联网广告行业投资战略研究

一、2018年互联网广告行业投资战略

二、2018-2024互联网广告行业投资战略

三、2018-2024细分行业投资战略

第十九章 研究结论及投资建议 (ZY GXH)

第一节 互联网广告行业研究结论及建议

第二节 互联网广告子行业研究结论及建议

第三节 互联网广告行业2018-2024投资建议

一、行业发展策略建议

二、行业投资方向建议

三、行业投资方式建议 (ZY GXH)

图表目录：

图表：互联网广告行业生命周期

图表：互联网广告行业产业链结构

图表：2014-2017年全球互联网广告行业市场规模

图表：2014-2017年中国互联网广告行业市场规模

图表：2014-2017年互联网广告行业重要数据指标比较

图表：2014-2017年中国互联网广告市场占全球份额比较

图表：2014-2017年互联网广告行业销售收入

图表：2014-2017年互联网广告行业利润总额

图表：2014-2017年互联网广告行业资产总计

图表：2014-2017年互联网广告行业负债总计

图表：2014-2017年互联网广告行业竞争力分析

图表：2014-2017年互联网广告市场价格走势

图表：2014-2017年互联网广告行业主营业务收入

图表：2014-2017年互联网广告行业主营业务成本

图表：2014-2017年互联网广告行业销售费用分析

图表：2014-2017年互联网广告行业管理费用分析

图表：2014-2017年互联网广告行业财务费用分析

图表：2014-2017年互联网广告行业销售毛利率分析

图表：2014-2017年互联网广告行业销售利润率分析

图表：2014-2017年互联网广告行业成本费用利润率分析

图表：2014-2017年互联网广告行业总资产利润率分析

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201711/580029.html>