2019-2025年中国手机广告行业投资潜力分析及发展前景预测报告

报告大纲

智研咨询
www.chyxx.com

一、报告简介

智研咨询发布的《2019-2025年中国手机广告行业投资潜力分析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/201809/681038.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

手机广告是通过移动媒体传播的付费信息，旨在通过这些商业信息影响受传者的态度、意图和行为，实际上就是一种互动式的网络广告。

它由移动通信网承载，具有网络媒体的一切特征，由于移动性使用户能够随时随地接受信息，所以比互联网更具优势。

随着我国手机用户普及率的逐渐提高，手机作为一种新型媒体的应用价值也日益凸现。手机媒体拥有其它媒体无法比拟的优势，例如覆盖人群最广、传播成本比较低廉、可以最方便地把人们的零碎时间利用起来，并且能够极为快捷地传播信息。

随着3G时代的日益临近，各种多媒体形式也将充分体现在手机上，这将给广告主更大的发挥空间。

智研咨询发布的《2019-2025年中国手机广告行业投资潜力分析及发展前景预测报告》共十三章。首先介绍了手机广告行业市场发展环境、手机广告整体运行态势等，接着分析了手机广告行业市场运行的现状，然后介绍了手机广告市场竞争格局。随后，报告对手机广告做了重点企业经营状况分析，最后分析了手机广告行业发展趋势与投资预测。您若想对手机广告产业有个系统的了解或者想投资手机广告行业，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：

第一章 手机广告行业发展概述
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 手机广告
一、手机广告的概念
二、手机广告的划分
三、手机广告的主要功能
四、手机广告媒体
五、手机广告的特征
第二章 2016-2018年世界广告业发展综合分析
第一节 世界广告业发展分析

一、世界广告发展历程
二、世界广告媒体发展历史
三、世界广告业的逻辑发展轨迹解析
四、2018年全球广告市场发展浅析
第二节 美国广告业发展分析
一、美国现代广告的发展
二、2018年美国广告市场状况
三、汽车业衰败影响美国广告业
四、2018年美国广告支出概述
第三节 日本广告行业发展状况分析
一、日本现代广告的发展分析
二、日本广告市场发展格局分析
三、2018年日本广告收入大幅下降
四、2018年日本企业广告支出减少
五、2018年日本广告市场收入情况
第四节 英国广告行业发展分析
一、2018年英国互联网广告支出增长较快
二、2018年英国移动广告实现强势增长
三、英国电视广告的政策与规定解析
四、英国电视广告市场日趋稳定
第五节 俄罗斯广告行业发展分析
一、俄罗斯的部分广告种类浅析
二、俄罗斯成为全球发展速度最快的广告市场
三、俄罗斯广告市场稳步发展
四、2018年俄罗斯广告市场发展特点
第六节 世界广告业发展趋势分析
一、全球经济一体化下广告业的趋势变革
二、世界广告发展新趋势变化
三、虚拟世界广告发展前景分析
四、2019-2025年全球广告市场发展预测
第三章 2016-2018年世界手机广告业发展形势分析
第一节 2016-2018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 2016-2018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 2019-2025年世界手机广告市场发展趋势分析
第四章 2016-2018年中国广告行业发展动态分析
第一节 中国广告业发展概述
一、中国现代广告的发展历程
二、中国广告业发展的市场环境分析
三、中国广告业的产业组织结构解析
四、我国广告业发展变化概述
五、我国广告业步入营销策划时代
第二节 2016-2018年中国广告行业发展回顾
一、2018年中国广告业统计数据分析
二、2018年中国广告业发展分析
三、2018年中国广告市场发展特点分析
四、2018年中国广告业发展状况
第三节 2016-2018年中国广告行业的发展
一、2018年中国广告市场发展状况
二、2018年三大主流媒体广告收入状况
三、2018年我国广告公司数量增速放缓
四、2018年我国广告业发展分析
第四节 中国广告市场上的外资发展分析
一、国外广告公司加速进军中国
二、外资加速在华新媒体广告业布局
三、全球广告巨头中国市场竞争动态分析
四、中国广告产业外资影响分析
第五节 中国广告行业创意发展分析
一、现代广告传播中的创意理论简析
二、世界多元文化对广告创意的影响分析
三、中国广告作品创意趋势分析
第六节 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、新兴媒体侵占传统媒体广告空间
五、中国广告业的生存瓶颈问题解析
六、中国广告市场洗牌在即
第七节 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
第五章 2016-2018年中国手机广告行业发展分析
第一节 2016-2018年中国手机广告行业概况
一、中国手机广告发展历程
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 2016-2018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、手机广告发展形式分析
四、手机广告规范情况分析
第三节 2016-2018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
第六章 2016-2018年中国手机广告产业运行环境分析
第一节 国内宏观经济环境分析
一、GDP历史变动轨迹分析
二、固定资产投资历史变动轨迹分析
三、2018年中国宏观经济发展预测分析
第二节 2016-2018年中国手机广告产业政策环境分析
一、法律因素在手机广告发展中的作用
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 2016-2018年中国手机广告产业社会环境分析

第七章 2016-2018年中国手机广告受众及投放分析
第一节 2016-2018年手机广告的投放原因及特点
一、投放手机广告的原因
二、手机广告在广告媒体中的地位
三、手机广告接受度情况分析
四、制约手机广告发展的瓶颈
第二节 2016-2018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 2016-2018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
第八章 2016-2018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、2016-2018年PUSH类广告发展分析
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、2016-2018年WAP类广告发展分析
第三节 业务嵌入类广告发展分析
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、2016-2018年业务嵌入类广告发展分析
第四节 语音类广告发展分析
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、2016-2018年语音类广告发展分析

第五节 小区广播类广告发展分析
一、小区广播类广告的介绍
二、小区广播类广告的优势
三、小区广播类广告的关注度
四、2016-2018年小区广播类广告发展分析
第六节 终端内置类广告发展分析
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、2016-2018年终端内置类广告发展分析
第七节 搜索类广告发展分析
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、2016-2018年搜索类广告发展分析
第九章 2016-2018年中国手机广告区域市场竞争力比较分析
第一节 北京
一、北京各大重要行业手机广告发展分析
二、北京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、手机广告业竞争状况分析
三、2018年广东手机广告业发展分析
第十章 2016-2018年中国手机广告产业市场竞争格局分析
第一节 2016-2018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 2016-2018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 2016-2018年中国手机广告企业竞争策略分析
第十一章 2016-2018年中国手机广告重点企业竞争分析
第一节 分众无线
一、企业概况
二、企业经营状况分析
三、竞争优势分析
第二节 飞拓无限
一、企业概况
二、企业经营状况分析
三、竞争优势分析
第三节 亿动传媒
一、企业概况
二、企业经营状况分析
三、竞争优势分析
第四节 上海聚君
一、企业概况
二、企业经营状况分析
三、竞争优势分析
第五节 魅媒网
一、企业概况
二、企业经营状况分析
三、竞争优势分析
第六节 移动运营商
一、2016-2018年中国电信手机广告业务发展分析
二、2016-2018年中国移动手机广告业务发展分析
三、2016-2018年中国联通手机广告业务发展分析
第十二章 2019-2025年中国手机广告行业发展趋势分析
第一节 2019-2025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 2019-2025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、中国手机广告发展趋势分析
第十三章 2019-2025年中国手机广告业投资机会与风险分析（ZY PX）
第一节 2019-2025年中国广告业投资机会分析
一、贸易战下中国广告市场的投资机遇
二、“第五媒体”广告市场孕育巨大商机
三、网络游戏市场受青睐
四、移动电视媒体广告价值受肯定
五、国际广告公司积极开发二线城市
第二节 2019-2025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 专家建议
图表目录：
图表：广告概念的类别
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：2016-2018年中国GDP总量及增长趋势图
图表：2016-2018年中国三产业增加值结构图
图表：2016-2018年中国CPI、PPI月度走势图
图表：2016-2018年我国城镇居民可支配收入增长趋势图
图表：2016-2018年我国农村居民人均纯收入增长趋势图
图表：2016-2018年中国城乡居民人均收入增长对比图
图表：2016-2018年中国城乡居民恩格尔系数对比表
图表：2016-2018年中国城乡居民恩格尔系数走势图
图表：2016-2018年中国工业增加值增长趋势图
图表：2016-2018年我国社会固定投资额走势图
图表：2016-2018年我国城乡固定资产投资额对比图
图表：2016-2018年我国财政收入支出走势图
图表：2016-2018年人民币兑美元汇率中间价
图表：2016-2018年人民币汇率中间价对照表
图表：2016-2018年中国货币供应量统计表 单位：亿元

更多图表见正文……

详细请访问：https://www.chyxx.com/research/201809/681038.html