

2008-2009年中国手机广告 行业研究咨询报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2008-2009年中国手机广告行业研究咨询报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.abaogao.com/b/shouji/1043827HQV.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

2008-2009年中国手机广告行业研究咨询报告 内容介绍：

随着移动通信网络向3G的逐步演进和移动互联网业务的不断发展，手机已经成为能够传播文本、图片和视频等多媒体信息的“第五媒体”。由于手机比电脑更普及、比报纸更互动、比电视更便携，以文字、图片、二维码、视频、语音等作为传播形式的手机广告业务从诞生伊始，就受到了业界的广泛关注。近年来，国内的手机广告业务也开始在探索中起步，手机广告业务日渐升温。一些主流的独立WAP网站和广告公司也相继涉足手机广告市场。3G门户、空中网、手机腾讯网等一大批独立WAP网站相继涌现。这些独立WAP网站不仅能够提供资讯浏览、移动搜索、视频直播、在线音乐等丰富多彩的无线互联网服务，而且拥有比较庞大的用户群体和一定的品牌优势，因而成为新兴的媒体平台。

手机广告作为中国移动互联网产业一座尚未开发的营销资源，将给手机广告产业各环节参与企业带来巨大的价值和收益。近两年，中国手机广告行业概述

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 中国广告业发展环境分析

第一节 经济发展环境分析

一、2008年中国宏观经济发展分析

二、2008年国内经济环境对其影响

三、2008年国内投资环境对其影响

第二节 政策法规环境分析

一、2008年广告行业政策环境分析

- 二、2008年国内宏观政策对其影响
- 三、2008年行业产业政策对其影响
- 四、工商总局的广告专项整治情况
- 五、药品保健食品广告监管新制度

第三节 社会发展环境分析

- 一、国内社会环境发展现状
- 二、2008年社会环境发展分析
- 三、社会环境对于行业的影响分析
- 四、技术创新带动新型广告发展
- 五、中国传统文化对广告业的影响

第二部分 国外行业发展分析

第三章 世界广告业发展情况分析

第一节 世界广告市场分析

- 一、世界广告市场格局分析
- 二、2008年戛纳广告节的开展情况
- 三、2008年全球广告支出情况分析
- 四、2008年全球互联网广告开支额
- 五、2008年经济风暴对广告行业的冲击
- 六、2008-2010年中国对世界广告市场的贡献

第四节 2008-2010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、虚拟世界广告发展前景分析
- 三、2008年全球广告支出增长预测
- 四、2008-2010年全球广告预算情况
- 五、2008-2009年广告行业发展前景

第四章 主要国家广告业发展分析

第一节 美国

- 一、2008年美国广告市场调研市场发展状况
- 二、2008年美国互联网广告市场调研市场发展分析
- 三、2008年美国报纸广告分类及运作探析

第二节 日本

- 一、2008年日本媒体广告发展概况

二、2008年日本广告市场发展格局

三、2008年日本互联网广告发展分析

第三节 欧洲

一、2008年英国网络广告发展分析

二、2008年法国广告行业考察行业发展分析

三、2008年欧盟广告行业发展分析

第五章 世界手机广告业发展分析

第一节 2008年世界手机广告业发展分析

一、2008年美国手机广告业发展分析

二、2008年日本手机广告业发展分析

三、2008年俄罗斯手机广告业发展分析

第二节 2008年世界手机广告市场需求分析

一、2008年世界手机广告市场需求量分析

二、2008年世界手机广告策划分析

三、2008年国外企业进军中国市场发展趋势分析

第三部分 国内行业发展分析

第六章 中国广告业发展状况分析

第一节 中国广告发展现状

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 中国广告发展现状

二、2008年内地广告市场规模分析

三、2008年中国广告发展分析

第一节 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 中国手机广告发展分析

二、2008-2009年中国移动手机广告业务发展分析

三、2008-2009年中国联通手机广告业务发展分析

第五部分 行业发展趋势及投资

第十三章 中国手机广告业发展前景

第一节 2008-2010年中国广告发展新动向

二、2009年中国广告市场的推动

五、2009年中国广告发展趋势分析

四、2008-2010年中国手机广告发展预测

第十四章 中国手机广告业投资分析

第一节 2008-2010年中国手机广告业投资机会分析

一、奥运会为手机广告创造的机遇

二、2008-2010年手机广告业投资空间分析

三、2008-2010年手机广告业投资前景分析

第二节 2008-2010年中国手机广告业投资风险分析

一、2008-2009年宏观经济波动风险及控制

二、2008-2009年行业政策风险及控制

三、2008-2009年供需风险及控制

四、2008-2009年技术风险及控制

五、2008-2009年经营风险及控制

六、2008-2009年相关行业风险及控制

第三节 专家建议分析

一、不同地区投资建议

二、企业经营管理建议

图表目录

图表：MOTO手机广告演变过程

图表：消费者手机品牌选择的敏感度演变过程

图表：2006-2011年全球手机信息收入规模及增长情况

图表：2004-2011年全球GPS手机出货量统计和预测

图表：2007-2012年西欧地区手机付费广告市场收入

图表：2007-2010年美国手机银行用户规模及增长率

图表：2001-2008年中国手机市场份额

图表：全球主流媒体广告支出预测（报纸、杂志、电视、广播、电影、手机、互联网）

图表：2005-2008年间全球10大广告支出国的市场份额增长速度

图表：2008年美国各类互联网广告收入比例

图表：中国历年主要行业网络广告支出

图表：2007年全球广告公司收入排名

图表：2002-2008年美国广告市场调研市场规模增长趋势图

图表：2005-2011年美国互联网广告市场调研市场规模及预测

图表：2001-2008年日本主要媒体广告市场规模

图表：2000-2008年日本主要媒体广告市场规模变动情况

图表：2001-2008年日本互联网广告市场规模及预测

图表：手机广告管理中存在的问题比重分析

图表：2000-2007年央视广告收入增长情况

图表：2007年手机广告花费TOP10品牌

图表：北京各种广告形式营业额比重

图表：1979-2007年广东省广告公司广告营业额情况

图表：2007年上海世博市场规模及增速

图表：2008年中国广告媒体结构

图表：中国本土广告公司的SWOT分析

图表：2003-2008年各类型被访媒体实际广告收入增幅变化情况

图表：中国广告业演变的三个阶段的主要特征

图表：中国广告业结构关系

图表：中国广告业活动过程

图表：广告在品牌传播中对消费者的影响作用

图表：2008年美国广告主及广告代理投放网络广告的主要原因

图表：2006-2012年美国网络广告及广告市场调研市场规模

图表：2008年9月主要行业人才需求占总需求比例图

图表：2007年中国大陆主要报刊广告经营额及增长

图表：2007年各类报纸广告经营额同比增长率

图表：2007年各类杂志广告经营额同比增长率

图表：2007年中国报刊主要行业广告经营额同比增长

图表：2003-2007年全国报刊广告刊登额及增长率

图表：2008年1季度报纸杂志广告总量同比变化

图表：2008年1季度主要报刊、杂志广告份额

图表：2008年1季度主要类别报刊广告份额

图表：2008年1季度重点行业广告活跃度

图表：2007-2008年2季度中国地铁移动电视(地铁移动电视市场分析)市场规模

图表：广播广告与其他广告的优势比较

图表：受众接触广播与电视的时间习惯比较

图表：中国广播媒体的现状

图表：1994-2004年中国广播广告收入增长情况

图表：2007年度中国交通广播广告创收排名表(71家会员单位)

图表：2007/2008年同期网络广告市场状况比较

图表：2007/2008年同期网络广告价值估算

图表：2008年各月TOP100广告主市场价值估算

图表：2008年各月TOP100网络媒体市场价值估算

图表：2008年10月TOP10广告行业类型

图表：2008年10月广告价值估算TOP10广告主推广项目数和创意数

图表：2008年10月奥运会三个级别广告主网络投放状况

图表：2008年1-10月中国品牌网络广告投放费用及增长率

图表：2008年1-10月主要网站品牌广告投放费用

图表：2008年第2季度中国互联网广告主要厂商市场份额

图表：2008年1-6月奥运会赞助商网络广告投放费用比例

图表：2007年7月-2008年6月奥运赞助商网络广告投放费用分布

图表：2006-2008年房地产行业网络广告投放情况

图表：2006-2008年汽车行业网络广告投放情况

图表：2000-2006年韩国移动广告的发展

图表：2006年我国移动广告不同类型收入比例

图表：用户对被动接受移动广告的态度

图表：用户对接受wap广告的态度

图表：2006年和2011年全球移动广告收入构成比较

图表：2011年全球移动广告收入发展预测

图表：搜索广告市场竞争

图表：2003-2007年google部分财务数据

图表：wpp在2008年前两个月收购情况

图表：2006-2011年互联网广告与传统通广告增长对比

图表：2002-2006年wpp部分财务数据

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/shouji/1043827HQV.html>