

2018-2024年中国数字广告 市场竞争趋势及前景策略分析报告

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

《2018-2024年中国数字广告市场竞争趋势及前景策略分析报告》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/chuanmei/3384773SSJ.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

报告目录

第一章 数字广告行业报告摘要

1.1 数字广告行业报告研究范围

1.1.1 数字广告行业专业名词解释

1.1.2 数字广告行业研究范围界定

1.1.3 数字广告行业分析框架简介

1.1.4 数字广告行业分析工具介绍

1.2 数字广告行业报告研究摘要

1.2.1 数字广告行业发展现状分析

1.2.2 数字广告行业市场规模分析

1.2.3 数字广告行业发展趋势预测

1.2.4 数字广告行业投资前景展望

第二章 数字广告行业概述

2.1 数字广告行业基本概述

2.1.1 数字广告行业基本定义

2.1.2 数字广告行业主要分类

2.1.3 数字广告行业市场特点

2.2 数字广告行业商业模式

2.2.1 数字广告行业商业模式

2.2.2 数字广告行业盈利模式

2.2.3 数字广告行业互联网+模式

2.3 数字广告行业产业链

2.3.1 数字广告行业产业链简介

2.3.2 数字广告行业上游供应分布

2.3.3 数字广告行业下游需求领域

2.4 数字广告行业发展特性

2.4.1 数字广告行业季节性

2.4.2 数字广告行业区域性

2.4.3 数字广告行业周期性

第三章 中国数字广告行业发展环境分析

3.1 数字广告行业政策环境分析

3.1.1 行业主管部门及监管体制

3.1.2 主要产业政策及主要法规

3.2 数字广告行业经济环境分析

3.2.1 2014-2016年宏观经济分析

3.2.2 2018-2024年宏观经济形势

3.2.3 宏观经济波动对行业影响

3.3 数字广告行业社会环境分析

3.3.1 中国人口及就业环境分析

3.3.2 中国居民人均可支配收入

3.3.3 中国消费者消费习惯调查

3.4 数字广告行业技术环境分析

3.4.1 行业的主要应用技术分析

3.4.2 行业信息化应用发展水平

3.4.3 互联网创新促进行业发展

第四章 国际数字广告行业发展经验借鉴

4.1 美国数字广告行业发展经验借鉴

4.1.1 美国数字广告行业发展历程分析

4.1.2 美国数字广告行业运营模式分析

4.1.3 美国数字广告行业发展趋势预测

4.1.4 美国数字广告行业对我国的启示

4.2 英国数字广告行业发展经验借鉴

4.2.1 英国数字广告行业发展历程分析

4.2.2 英国数字广告行业运营模式分析

4.2.3 英国数字广告行业发展趋势预测

4.2.4 英国数字广告行业对我国的启示

4.3 日本数字广告行业发展经验借鉴

4.3.1 日本数字广告行业发展历程分析

4.3.2 日本数字广告行业运营模式分析

4.3.3 日本数字广告行业发展趋势预测

4.3.4 日本数字广告行业对我国的启示

4.4 韩国数字广告行业发展经验借鉴

4.4.1 韩国数字广告行业发展历程分析

4.4.2 韩国数字广告行业运营模式分析

4.4.3 韩国数字广告行业发展趋势预测

4.4.4 韩国数字广告行业对我国的启示

第五章 中国数字广告行业发展现状分析

5.1 中国数字广告行业发展概况分析

5.1.1 中国数字广告行业发展历程分析

5.1.2 中国数字广告行业发展总体概况

5.1.3 中国数字广告行业发展特点分析

5.2 中国数字广告行业发展现状分析

5.2.1 中国数字广告行业市场规模

5.2.2 中国数字广告行业发展分析

5.2.3 中国数字广告企业发展分析

5.3 2018-2024年中国数字广告行业面临的困境及对策

5.3.1 中国数字广告行业面临的困境及对策

1、中国数字广告行业面临困境

2、中国数字广告行业对策探讨

5.3.2 中国数字广告企业发展困境及策略分析

1、中国数字广告企业面临的困境

2、中国数字广告企业的对策探讨

5.3.3 国内数字广告企业的出路分析

第六章 中国互联网+数字广告行业发展现状及前景

6.1 中国互联网+数字广告行业市场发展阶段分析

6.1.1 互联网+数字广告行业发展阶段的研究

6.1.2 互联网+数字广告行业细分阶段的分析

6.2 互联网给数字广告行业带来的冲击和变革分析

6.2.1 互联网时代数字广告行业大环境变化分析

6.2.2 互联网给数字广告行业带来的突破机遇分析

6.2.3 互联网给数字广告行业带来的挑战分析

6.2.4 互联网+数字广告行业融合创新机会分析

6.3 中国互联网+数字广告行业市场发展现状分析

6.3.1 中国互联网+数字广告行业投资布局分析

1、中国互联网+数字广告行业投资切入方式

2、中国互联网+数字广告行业投资规模分析

3、中国互联网+数字广告行业投资业务布局

6.3.2 数字广告行业目标客户互联网渗透率分析

6.3.3 中国互联网+数字广告行业市场规模分析

6.3.4 中国互联网+数字广告行业竞争格局分析

1、中国互联网+数字广告行业参与者结构

2、中国互联网+数字广告行业竞争者类型

3、中国互联网+数字广告行业市场占有率

6.4 中国互联网+数字广告行业市场发展前景分析

6.4.1 中国互联网+数字广告行业市场增长动力分析

6.4.2 中国互联网+数字广告行业市场发展瓶颈剖析

6.4.3 中国互联网+数字广告行业市场发展趋势分析

第七章 中国数字广告行业运行指标分析

7.1 中国数字广告行业市场规模分析及预测

7.1.1 2014-2016年中国数字广告行业市场规模分析

7.1.2 2018-2024年中国数字广告行业市场规模预测

7.2 中国数字广告行业市场供需分析及预测

7.2.1 中国数字广告行业市场供给分析

1、2014-2016年中国数字广告行业供给规模分析

2、2018-2024年中国数字广告行业供给规模预测

7.2.2 中国数字广告行业市场需求分析

1、2014-2016年中国数字广告行业需求规模分析

2、2018-2024年中国数字广告行业需求规模预测

7.3 中国数字广告行业企业数量分析

7.3.1 2014-2016年中国数字广告行业企业数量情况

7.3.2 2014-2016年中国数字广告行业企业竞争结构

7.4 2014-2016年中国数字广告行业财务指标总体分析

7.4.1 行业盈利能力分析

7.4.2 行业偿债能力分析

7.4.3 行业营运能力分析

7.4.4 行业发展能力分析

第八章 中国数字广告行业应用领域分析

8.1 中国数字广告行业应用领域概况

8.1.1 行业主要应用领域

8.1.2 行业应用结构分析

8.1.3 应用发展趋势分析

8.2 应用领域一

8.2.1 市场发展现状概述

8.2.2 行业市场应用规模

8.2.3 行业市场需求分析

8.3 应用领域二

8.3.1 市场发展现状概述

8.3.2 行业市场应用规模

8.3.3 行业市场需求分析

8.4 应用领域三

8.4.1 市场发展现状概述

8.4.2 行业市场应用规模

8.4.3 行业市场需求分析

第九章 中国数字广告行业竞争格局分析

9.1 数字广告行业竞争五力分析

9.1.1 数字广告行业上游议价能力

9.1.2 数字广告行业下游议价能力

9.1.3 数字广告行业新进入者威胁

9.1.4 数字广告行业替代产品威胁

9.1.5 数字广告行业内部企业竞争

- 9.2 数字广告行业竞争SWOT分析
 - 9.2.1 数字广告行业优势分析（S）
 - 9.2.2 数字广告行业劣势分析（W）
 - 9.2.3 数字广告行业机会分析（O）
 - 9.2.4 数字广告行业威胁分析（T）
- 9.3 数字广告行业重点企业竞争策略分析

第十章 中国数字广告行业竞争企业分析

- 10.1 行行行公司竞争力分析
 - 10.1.1 企业发展基本情况
 - 10.1.2 企业主要产品分析
 - 10.1.3 企业竞争优势分析
 - 10.1.4 企业经营状况分析
 - 10.1.5 企业最新发展动态
- 10.2 行行行公司竞争力分析
 - 10.2.1 企业发展基本情况
 - 10.2.2 企业主要产品分析
 - 10.2.3 企业竞争优势分析
 - 10.2.4 企业经营状况分析
 - 10.2.5 企业最新发展动态
- 10.3 行行行公司竞争力分析
 - 10.3.1 企业发展基本情况
 - 10.3.2 企业主要产品分析
 - 10.3.3 企业竞争优势分析
 - 10.3.4 企业经营状况分析
 - 10.3.5 企业最新发展动态
- 10.4 行行行公司竞争力分析
 - 10.4.1 企业发展基本情况
 - 10.4.2 企业主要产品分析
 - 10.4.3 企业竞争优势分析
 - 10.4.4 企业经营状况分析
 - 10.4.5 企业最新发展动态

10.5 行行行公司竞争力分析

10.5.1 企业发展基本情况

10.5.2 企业主要产品分析

10.5.3 企业竞争优势分析

10.5.4 企业经营状况分析

10.5.5 企业最新发展动态

10.6 行行行公司竞争力分析

10.6.1 企业发展基本情况

10.6.2 企业主要产品分析

10.6.3 企业竞争优势分析

10.6.4 企业经营状况分析

10.6.5 企业最新发展动态

10.7 行行行公司竞争力分析

10.7.1 企业发展基本情况

10.7.2 企业主要产品分析

10.7.3 企业竞争优势分析

10.7.4 企业经营状况分析

10.7.5 企业最新发展动态

10.8 行行行公司竞争力分析

10.8.1 企业发展基本情况

10.8.2 企业主要产品分析

10.8.3 企业竞争优势分析

10.8.4 企业经营状况分析

10.8.5 企业最新发展动态

10.9 行行行公司竞争力分析

10.9.1 企业发展基本情况

10.9.2 企业主要产品分析

10.9.3 企业竞争优势分析

10.9.4 企业经营状况分析

10.9.5 企业最新发展动态

10.10 行行行公司竞争力分析

10.10.1 企业发展基本情况

- 10.10.2 企业主要产品分析
- 10.10.3 企业竞争优势分析
- 10.10.4 企业经营状况分析
- 10.10.5 企业最新发展动态

第十一章 中国数字广告行业经典案例分析

- 11.1 经典案例一
 - 11.1.1 基本信息分析
 - 11.1.2 经营情况分析
 - 11.1.3 产品/服务分析
 - 11.1.4 商业模式分析
- 11.2 经典案例二
 - 11.2.1 基本信息分析
 - 11.2.2 经营情况分析
 - 11.2.3 产品/服务分析
 - 11.2.4 商业模式分析
- 11.3 经典案例三
 - 11.3.1 基本信息分析
 - 11.3.2 经营情况分析
 - 11.3.3 产品/服务分析
 - 11.3.4 商业模式分析

第十二章 2018-2024年中国数字广告行业发展前景及趋势预测

- 12.1 2018-2024年中国数字广告市场发展前景
 - 12.1.1 2018-2024年数字广告市场发展潜力
 - 12.1.2 2018-2024年数字广告市场发展前景展望
 - 12.1.3 2018-2024年数字广告细分行业发展前景分析
- 12.2 2018-2024年中国数字广告市场发展趋势预测
 - 12.2.1 2018-2024年数字广告行业发展趋势
 - 12.2.2 2018-2024年数字广告行业应用趋势预测
 - 12.2.3 2018-2024年细分市场发展趋势预测
- 12.3 2018-2024年中国数字广告市场影响因素分析

- 12.3.1 2018-2024年数字广告行业发展有利因素
- 12.3.2 2018-2024年数字广告行业发展不利因素
- 12.3.3 2018-2024年数字广告行业进入壁垒分析

第十三章 2018-2024年中国数字广告行业投资机会分析

- 13.1 数字广告行业投资现状分析
 - 13.1.1 数字广告行业投资规模分析
 - 13.1.2 数字广告行业投资资金来源构成
 - 13.1.3 数字广告行业投资项目建设分析
 - 13.1.4 数字广告行业投资资金用途分析
 - 13.1.5 数字广告行业投资主体构成分析
- 13.2 数字广告行业投资机会分析
 - 13.2.1 数字广告行业产业链投资机会
 - 13.2.2 数字广告行业细分市场投资机会
 - 13.2.3 数字广告行业重点区域投资机会
 - 13.2.4 数字广告行业产业发展的空白点分析

第十四章 2018-2024年中国数字广告行业投资风险预警

- 14.1 数字广告行业风险识别方法分析
 - 14.1.1 专家调查法
 - 14.1.2 故障树分析法
 - 14.1.3 敏感性分析法
 - 14.1.4 情景分析法
 - 14.1.5 核对表法
 - 14.1.6 主要依据
- 14.2 数字广告行业风险评估方法分析
 - 14.2.1 敏感性分析法
 - 14.2.2 项目风险概率估算方法
 - 14.2.3 决策树
 - 14.2.4 专家决策法
 - 14.2.5 层次分析法
 - 14.2.6 对比及选择

14.3 数字广告行业投资风险预警

14.3.1 2018-2024年数字广告行业市场风险预测

14.3.2 2018-2024年数字广告行业政策风险预测

14.3.3 2018-2024年数字广告行业经营风险预测

14.3.4 2018-2024年数字广告行业技术风险预测

14.3.5 2018-2024年数字广告行业竞争风险预测

14.3.6 2018-2024年数字广告行业其他风险预测

第十五章 2018-2024年中国数字广告行业投资策略建议

15.1 提高数字广告企业竞争力的策略

15.1.1 提高中国数字广告企业核心竞争力的对策

15.1.2 数字广告企业提升竞争力的主要方向

15.1.3 影响数字广告企业核心竞争力的因素及提升途径

15.1.4 提高数字广告企业竞争力的策略

15.2 对我国数字广告品牌的战略思考

15.2.1 数字广告品牌的重要性

15.2.2 数字广告实施品牌战略的意义

15.2.3 数字广告企业品牌的现状分析

15.2.4 我国数字广告企业的品牌战略

15.2.5 数字广告品牌战略管理的策略

15.3 数字广告行业建议

15.3.1 行业发展策略建议

15.3.2 行业投资方向建议

15.3.3 行业投资方式建议

图表目录

图表：数字广告产业链分析

图表：数字广告上游供应分布

图表：数字广告下游需求领域

图表：数字广告行业生命周期

图表：2014-2016年数字广告行业市场规模分析

图表：2018-2024年数字广告行业市场规模预测

图表：2014-2016年中国数字广告行业供给规模分析

图表：2018-2024年中国数字广告行业供给规模预测

图表：2014-2016年中国数字广告行业需求规模分析

图表：2018-2024年中国数字广告行业需求规模预测

图表：2014-2016年中国数字广告行业企业数量情况

图表：2014-2016年中国数字广告行业企业竞争结构

图表：2014-2016年国内生产总值及其增长速度

图表：2014-2016年居民消费价格涨跌幅度

图表：2016年居民消费价格比2015年涨跌幅度

图表：2014-2016年固定资产投资及其增长速度

图表：2014-2016年社会消费品零售总额及其增长速度

图表：2016年人口数及其构成

图表：2014-2016年农村居民村收入及其增长速度

图表：2014-2016年城镇居民可支配收入及其增长速度

图表：中国数字广告行业投资风险分析

图表：中国数字广告行业发展趋势预测

略……

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/chuanmei/3384773SSJ.html>