

# 2018-2024年中国移动广告 产业深度调研与发展现状分析报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

[www.abaogao.com](http://www.abaogao.com)

## 一、报告报价

《2018-2024年中国移动广告产业深度调研与发展现状分析报告》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/668477ET57.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

2016年移动广告市场规模达到1750亿元，同比增长75%，依然保持高速增长。移动广告的整体市场增速远远高于网络广告市场增速。预计到2019年，中国移动广告市场规模将接近5000亿，在网络广告市场的渗透率近80%。

用户注意力的转移为移动广告市场发展创造了巨大的发展空间，用户使用时长不断增长，移动媒体的多样化使得移动广告市场进入了新的发展阶段。基于大数据积累，结合用户属性、地理位置等指标而升级的精准化投放技术，不断提高移动广告的投放效率；同时基于用户观看内容而生的原生广告形式兴起，降低了广告对于用户体验的影响，进一步拓展广告形式和广告位资源。移动广告技术的不断迭代带来了移动广告市场规模的持续高速增长

。2012-2019E我国移动广告市场规模及增长数据来源：公开资料整理

智研数据研究中心发布的《2018-2024年中国移动广告产业深度调研与发展现状分析报告》共十三章。首先介绍了移动广告相关概念及发展环境，接着分析了中国移动广告规模及消费需求，然后对中国移动广告市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国移动广告面临的机遇及发展前景。您若想对中国移动广告有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将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：

第一章2017年中国移动广告行业发展概述

第一节移动广告行业发展现状

一、移动广告行业定义

二、移动广告行业特性及在国民经济中的地位

第二节移动广告行业供求情况

一、移动广告行业需求情况

二、移动广告行业市场规模

第三节2018-2024年中国移动广告行业发展趋势分析

一、移动广告行业发展趋势

二、移动广告市场规模预测

三、移动广告行业应用趋势预测

四、移动广告细分市场发展趋势预测

## 第二章2017年中国移动广告行业发展环境分析

### 第一节经济发展环境分析

一、中国GDP增长情况分析

二、工业经济发展形势分析

三、社会固定资产投资分析

四、城乡居民收入增长分析

五、居民消费价格变化分析

### 第二节移动广告行业政策环境分析

一、行业监管管理体制

二、行业相关政策分析

三、上下游产业政策影响

### 第三节移动广告行业环境分析

一、行业发展概况

二、行业发展现状

### 第四节移动广告行业社会环境发展分析

## 第三章2017年中国移动广告行业产业链分析

### 第一节移动广告行业产业链概述

一、上游行业影响及风险分析

二、下游行业风险分析及提示

三、关联行业风险分析及提示

### 第二节移动广告上游产业发展状况分析

一、上游行业发展现状

二、上游行业发展趋势

### 第三节移动广告下游应用需求市场分析

一、行业发展现状分析

二、行业需求状况分析

三、行业需求前景分析

## 第四章2017年中国移动广告行业渠道分析

### 第一节渠道形式及对比

### 第二节各类渠道对移动广告行业的影响

### 第三节主要移动广告企业渠道策略研究

## 第五章2017年中国移动广告行业发展分析

### 第一节中国移动广告行业发展现状

### 第二节移动广告行业特点分析

### 第三节移动广告行业发展趋势分析

## 第六章2017年中国移动广告行业供需情况及集中度分析

### 第一节移动广告行业发展状况

#### 一、移动广告行业市场供给分析

#### 二、移动广告行业市场需求分析

#### 三、移动广告行业市场规模分析

以内容营销为导向的电商广告首次超过搜索广告居于首位，技术驱动的信息流广告发展速度最为迅猛，电商广告占比30.0%，与去年同期相比，份额大幅上升，此外，从2016年起，信息流广告在整体结构中单独核算，以社交、新闻、视频等为主要载体、以大数据为基础的信息流广告在2016年市场份额达到11.2%，增速明显。2012-2019E我国移动广告市场规模及增长数据来源：公开资料整理

从移动广告对网络广告的占比来看，2016年移动广告市场规模占比60%，预计2017年达到68%，移动化趋势进一步增强。

预计2017年广告市场规模3384亿，同比增长29.31%，较2016年的增速有所放缓，随着网络广告市场发展不断成熟，未来几年的增速将趋于平稳，预计至2019年网络广告整体规模有望突破6000亿元。2012-2019E我国网络广告市场规模及增长数据来源：公开资料、智研数据研究中心整理

### 第二节移动广告行业集中度分析

#### 一、行业市场区域分布情况

#### 二、行业市场集中度情况

#### 三、行业企业集中度分析

## 第七章2017年中国移动广告行业运行状况分析

## 第一节行业市场概况

### 第二节行业现行情况分析

#### 一、行业相关动态概述

#### 二、行业发展热点聚焦

## 第八章2017年中国移动广告行业主要数据监测分析

### 第一节移动广告行业总体数据分析

#### 第二节移动广告行业不同规模企业数据分析

#### 第三节移动广告行业不同所有制企业数据分析

## 第九章2017年中国移动广告行业竞争格局分析

### 第一节行业总体市场竞争状况分析

#### 一、移动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、移动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、移动广告行业SWOT分析

##### 1、移动广告行业优势分析

##### 2、移动广告行业劣势分析

##### 3、移动广告行业机会分析

##### 4、移动广告行业威胁分析

### 第二节移动广告行业竞争格局综述

#### 一、移动广告行业竞争概况

##### 1、移动广告行业竞争格局

##### 2、移动广告业未来竞争格局和特点

- 3、移动广告市场进入及竞争对手分析
- 二、移动广告行业竞争力分析
- 1、移动广告行业竞争力剖析
- 2、移动广告企业市场竞争的优势
- 3、国内移动广告企业竞争能力提升途径
- 三、移动广告（服务）竞争力优势分析
- 1、整体竞争力评价
- 2、竞争力评价结果分析
- 3、竞争优势评价及构建建议

## 第十章2017年中国移动广告主要生产企业发展概述

### 第一节分众传媒

- 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

### 第二节思美传媒

- 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

### 第三节华扬联众

- 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

## 第四节蓝色光标

- 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

## 第十一章2018-2024年移动广告行业发展前景预测分析

### 第一节移动广告行业未来发展预测分析

- 一、移动广告行业发展方向及投资机会分析
- 二、移动广告行业发展规模分析
- 三、移动广告行业发展趋势分析
- 四、移动广告行业“十三五”整体规划及预测

### 第二节移动广告行业供需预测

- 一、移动广告行业供给预测
- 二、移动广告行业需求预测

## 第十二章2018-2024年中国移动广告行业投资风险预警

### 第一节移动广告风险评级模型

- 一、行业定位
- 二、宏观环境
- 三、财务状况
- 四、需求空间
- 五、供给约束



## 六、行业风险评级的结论

### 第二节移动广告行业发展中存在的问题

### 第三节针对移动广告不同企业的投资建议

#### 一、移动广告总体投资建议

#### 二、大型企业投资建议

#### 三、中小型企业投资建议

### 第四节移动广告投资风险提示

#### 一、政策和体制风险

#### 二、技术发展风险

#### 三、市场竞争风险

#### 四、经营管理风险

## 第十三章（ZYZF）2018-2024年中国移动广告行业发展策略及投资建议

### 第一节移动广告企业发展战略规划背景意义

#### 一、企业转型升级的需要

#### 二、企业强做大做的需要

#### 三、企业可持续发展需要

### 第二节移动广告企业战略规划制定依据

#### 一、国家产业政策

#### 二、行业发展规律

#### 三、企业资源与能力

#### 四、可预期的战略定位

### 第三节移动广告企业战略规划策略分析

#### 一、战略综合规划

#### 二、技术开发战略

#### 三、区域战略规划

#### 四、产业战略规划

#### 五、竞争战略规划

### 第四节移动广告企业重点客户战略实施

#### 一、重点客户战略的必要性

#### 二、重点客户的鉴别与确定

#### 三、重点客户的开发与培育

图表目录：

图表：移动广告行业渠道格局分析

图表：移动广告所属行业生命周期判断

图表：移动广告行业销售渠道控制五力模型

图表：中国移动广告行业产业链

图表：中国移动广告行业市场结构分析

图表：中国移动广告行业竞争群组分析

图表：中国移动广告行业需求集中度分析

图表：中国移动广告行业区域市场分布情况

图表：2017年移动广告行业市场供给

图表：2017年移动广告行业市场需求

图表：2017年移动广告行业市场规模

图表：2017年中国移动广告行业供需平衡分析

图表：2017年中国移动广告行业市场规模分析

图表：2017年全球移动广告行业市场规模及增速

图表：2017年中国移动广告所属行业全部企业数据分析

图表：2017年中国移动广告所属行业不同规模企业数据分析

图表：2017年中国移动广告所属行业不同所有制企业数据分析

图表：2018-2024年中国移动广告行业供给预测

图表：2018-2024年中国移动广告行业需求预测

图表：2018-2024年中国移动广告行业供需平衡预测

图表：2018-2024年中国移动广告行业市场规模预测

图表：2018-2024年中国移动广告行业市场规模预测

图表：2018-2024年中国移动广告行业市场规模及增速预测

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/chuanmei/668477ET57.html>