

2018-2024年中国手机广告 市场深度研究与行业竞争对手分析报告

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年中国手机广告市场深度研究与行业竞争对手分析报告》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/668477ETM7.html>

报告价格：印刷版：RMB 8000 电子版：RMB 8000 印刷版+电子版：RMB 8200

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：

第一篇手机广告基篇

第一章手机广告行业发展概述

第一节:广告简介

一、广告的意义

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

第二节:手机广告

一、手机广告特点

二、手机广告的划分

三、手机广告的主要功能

四、手机广告

五、手机广告的特征

第二章 2016-2017年国内外广告行业运行态势析

第一节:2016-2017年世界广告业发展分析

一、世界广告发展点评

二、世界广告业的逻辑发展轨迹解析

三、金融危机中对海外广告市场的影响分析

四、全球部分国家广告业运行动态分析

1、美国

2、日本、

3、英国、

4、俄罗斯、

第二节:2016-2017年中国广告市场现状综述

一、中国广告业统计数据析

二、中国广告业的产业组织结构解析

三、中国广告业规模跃居世界第二

四、广告市场上的外资发展分析

五、中国广告行业创意发展分析

第三节:2016-2017年中国广告行业的发展分析

一、三大主流广告收入状况

二、中国广告公司数量增速放缓

第四节:2016-2017年中国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、新兴侵占传统广告空间

五、中国广告业的瓶颈问题解析

六、中国广告市场洗牌在即

第五节:2016-2017年中国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

第三章 2016-2017年世界手机广告业发展形势分析

第一节:2016-2017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:2016-2017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2016-2017年世界手机广告市场发展趋势分析

第四章 2016-2017年中国手机广告行业发展分析

第一节:2016-2017年中国手机广告行业概况

一、中国手机广展历程

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:2016-2017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、手机广展形式分析

四、手机广告规范情况分析

第三节:2016-2017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

第五章 2016-2017年中国手机广告产业运行分析

第一节:2016-2017年中国宏观经济分析

一、中国P分析

二、消费价格指数分析

三、城乡居民收入分析

四、社会消费品零售总额

五、全社会固定资产投资分析

六、进出口总额及增长率分析

第二节:2016-2017年中国手机广告产业政策分析

一、法律因素在手机广展中的作用

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:2016-2017年中国手机广告产业社会分析

一、手机普及与应用

二、手机广告受众群体庞大

第六章 2016-2017年中国手机广告受众及投放分析

第一节:2016-2017年手机广告的投放原因及特点

- 一、投放手机广告的原因
- 二、手机广告在广告中的地位
- 三、手机广告接受度情况分析
- 四、制约手机广展的瓶颈

第二节:2016-2017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:2016-2017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

第七章 2016-2017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、2016-2017年PUSH类广展分析

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、2016-2017年WAP类广展分析

第三节:业务嵌入类广展分析

- 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、2016-2017年业务嵌入类广展分析

第四节:语音类广展分析

- 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、2016-2017年语音类广展分析

第五节:小区类广展分析

一、小区类广告的介绍

二、小区类广告的优势

三、小区类广告的关注度

四、2016-2017年小区类广展分析

第六节:终端内置类广展分析

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、2016-2017年终端内置类广展分析

第七节:搜索类广展分析

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、2016-2017年搜索类广展分析

第二篇手机广告行业竞争篇

第八章 2016-2017年中国手机广告区域市场竞争力比较分析

第一节:

一、各大重要行业手机广展分析

二、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、2016-2017年手机广告业竞争状况分析

三、2016-2017年广东手机广告业发展分析

第九章 2016-2017年中国手机广告产业发展销售预测分析

第一节:2016-2017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:2016-2017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:2016-2017年中国手机广告企业竞争策略分析

第十章 2016-2017年中国手机广告产业链各环节:重点企业分析

第一节:运营商

一、中国移动

1、发展思

2、发展定位

3、试点情况

二、中国联通

第二节:SP

一、分众传媒

1、远景与战略

2、核心价值观

3、现状

二、飞拓无限

三、上海聚君

四、摩拜美迪（移动传媒）

五、其他

1、上海文广

2、空中网

3、GOOGLE

第三节:终端厂商

一、诺基亚

二、摩托罗拉

第三篇手机广告前景预测与投资篇

第十一章 :2015-2017年中国手机广告行业发展趋势分析

第一节2016-2017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2016-2017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、中国手机广告展趋势分析

第十二章 :2015-2017年中国手机广告业投资价值研究 (ZY ZF)

第一节2016-2017年中国广告业投资机会分析

一、金融危机下中国广告市场的投资机遇

二、“第五”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2016-2017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:专家观点

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：2016-2017年中国广告业发展基本情况

图表：2016-2017年中国广告经营单位发展情况

图表：2016-2017年四大广告经营状况

图表：2016-2017年中国媒介单位广告营业额前10位

图表：2016-2017年经营广告的网站情况

图表：2016-2017年广告投放行业分布

图表：2016-2017年中国广告公司营业额前10位

图表：中国广告总营业额、各营业额及其所占比例

图表：2016-2017年全球四大广告集团市场份额

图表：全球主流广告支出预测（、电视、电影、户外、互联网）

图表：:2015-2017年间全球10大广告支出国的市场份额增长速度

图表：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：全球广告公司收入排名

图表：MOTO手机广告演变过程

图表：消费者手机品牌选择的度演变过程

图表：:2015-2017年中国P总量及增长趋势图

图表：2016-2017年度中国三产业增加值结构图

图表：:2015-2017年中国CPI、PPI月度走势图

图表：:2015-2017年我国城镇居民可支配收入增长趋势图

图表：:2015-2017年我国农村居民人均纯收入增长趋势图

图表：2002-2017年中国城乡居民人均收入增长对比图

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/chuanmei/668477ETM7.html>