

# 2017-2022年中国互联网广告市场前景研究与市场分析预测报告

## 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

《2017-2022年中国互联网广告市场前景研究与市场分析预测报告》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/E171616XFS.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

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

2015年，中国互联网产业继续蓬勃发展。至2015年末，我国网民规模为6.88亿，同比增长6.1%，互联网渗透率已达50%，网民数量稳居全球第一。互联网发展的主要推动力正逐渐从PC端向手机端转移。根据数据显示，2015年，我国新增手机端网民6303万，总人数达6.2亿。而放弃PC端，仅通过手机等移动端上网的网民人数已达1.27亿，占中国全部互联网用户的18.5%。随着移动互联网功能和应用的不断完备和智能手机的进一步普及，仅使用手机互联网用户占比有望快速攀登。

2005-2015年中国网民规模和互联网普及率 单位：万人/%

2012-2018年中国互联网广告市场规模预测

2012-2018年中国移动广告市场规模预测

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国互联网广告市场前景研究与市场分析预测报告》共十一章。首先介绍了互联网广告产业相关概念及发展环境，接着分析了中国互联网广告行业规模及消费需求，然后对中国互联网广告行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国互联网广告行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国互联网广告行业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 互联网广告相关概述 12

第一节 网络广告简介 12

一、网络广告的定义 12

二、网络广告的特点 13

三、国际网络广告的起源 13

四、中国网络广告发展史 14

第二节 互联网广告模式 16

一、传统展示广告模式 16

二、即时信息（IM）广告模式 17

- 三、窄告网广告模式 17
- 四、网络视频广告模式 17
- 五、富媒体 ( Rich Media ) 广告 18
- 六、搜索引擎广告 19
- 七、电子邮件广告模式 20
- 第三节 网络广告其它相关介绍 20
  - 一、网络广告的主要形式 20
  - 二、网络广告评估的方法 21
  - 三、网络广告术语解释 22
  - 四、网络广告的计费方式 22

## 第二章 互联网产业发展概况 24

- 第一节 世界互联网产业分析 24
    - 一、全球互联网发展数据统计 24
    - 二、世界各国互联网管理概况 28
    - 三、美国互联网行业发展现状 33
    - 四、欧洲互联网数据统计简况 36
    - 五、韩国互联网行业发展概述 36
  - 第二节 互联网产业发展情况 37
    - 一、中国互联网基础资源分析 37
      - (一) 基础资源概述 37
      - (二) IP地址数量分析 38
      - (三) 域名数量分析 39
      - (四) 网站数量分析 40
      - (五) 网页数量分析 40
      - (六) 网络国际出口带宽 41
    - 二、中国网民基本情况分析 42
      - (一) 总体网民规模分析 42
      - (二) 家庭宽带网民规模 44
      - (三) 手机网民规模分析 45
- 中国手机网民规模 ( 万人 ) 及占网民比例 ( % )

(四) 分省网民规模分析	46
(五) 网民属性结构分析	48
三、中国网络接入方式分析	53
(一) 上网设备使用情况	53
(二) 上网地点分布情况	55
(三) 上网时长发展情况	55
四、网民互联网应用状况	56
(一) 信息获取情况分析	57
(二) 商务交易发展情况	58
(三) 交流沟通现状分析	62
(四) 网络娱乐发展情况	65
第三节 下一代互联网发展情况	68
一、我国下一代互联网发展概况	68
二、下一代互联网商业化过渡深度剖析	69
三、下一代互联网发展前景及路线	71
四、加快发展下一代互联网的建议	73
第四节 互联网产业发展问题对策	77
一、中国互联网产业发展的制约因素	77
二、互联网行业发展的版权问题	78
三、中国互联网产业发展对策	80
第五节 互联网发展前景趋势	81
一、互联网未来发展趋向	81
二、中国互联网发展前景展望	84
第三章 世界互联网广告市场	87
第一节 世界互联网广告市场概述	87
一、全球互联网广告发展概况	87
二、全球互联网广告支出简述	87
三、全球社交网络广告市场份额	88
四、全球手机互联网广告开支将急剧上涨	89
第二节 美国网络广告市场	89
一、2014年美国四大网络广告公司业绩概述	89

- 二、2015年美国互联网广告业务创记录 90
- 三、2016年美国网络广告业务分析 91
- 四、美国移动互联网广告市场结构及走势 93

#### 第三节 英国网络广告市场 94

- 一、2014年英国网络广告首次超过电视 94
- 二、2015年英国网络广告市场发展状况 94
- 三、2016年英国网络广告市场发展分析 95
- 四、2015年英国网络广告市场发展分析 96

#### 第四节 法国网络广告市场 98

- 一、2014年法国网络广告收入增速放缓 98
- 二、2015年法国网络广告收入征税提上日程 98
- 三、2016年法国网络广告市场发展分析 100

#### 第五节 日本网络广告市场 100

- 一、日本网络广告收入情况 100
- 二、日本互联网广告额超报纸 101
- 三、日本网络搜索互动广告市场调查解析 101

#### 第六节 其它国家网络广告市场 102

- 一、德国 102
- 二、韩国 102
- 三、澳大利亚 103

### 第四章 中国互联网广告行业综合分析 105

#### 第一节 中国网络广告行业概况 105

- 一、互联网广告的发展阶段分析 105
- 二、中国网络广告市场发展特点 106
- 三、中国网络广告市场高速增长 107

#### 第二节 中国网络广告市场发展综述 108

- 一、中国网络广告市场发展概况 108
- 二、中国网络广告市场规模分析 108
- 三、中国网络广告市场结构分析 109
- 四、网络广告各类网站情况分析 109
- 五、网络广告各类媒体情况分析 110

- 六、网络广告各重点行业投放情况 111
- 第三节 中国网络广告精准营销分析 112
  - 一、网络广告精准营销优势 112
  - 二、网络广告精准营销表现形式及其有效性 112
  - 三、网络广告精准营销缺陷 113
  - 四、网络广告精准营销策略 114
- 第四节 互联网广告行业发展的挑战 115
  - 一、网络广告行业有待规范 115
  - 二、网络广告发展面临挑战 115
  - 三、中国网络广告存在问题 115
  - 四、中国网络广告存在不足 116
- 第五节 互联网广告行业发展的对策 117
  - 一、互联网广告行业发展建议 117
  - 二、中国网络广告发展的对策 118
  - 三、中国网络广告的发展策略 118

## 第五章 视频广告 123

- 第一节 富媒体广告分析 123
  - 一、富媒体广告发展相关概述 123
  - 二、富媒体广告发展历史及形式 123
  - 三、富媒体广告在危机中价值体现 125
  - 四、富媒体广告市场发展分析 126
  - 五、富媒体广告发展策略分析 127
- 第二节 视频广告发展概况 130
  - 一、视频广告发展历程 130
  - 二、视频广告市场发展概述 132
  - 三、独立第三方监测助推视频广告发展 132
  - 四、网络视频广告发展取得长足进步 133
  - 五、中国视频广告倍受关注 134
  - 六、网络视频广告特点分析 135
- 第三节 主要视频网广告发展动态 137
  - 一、YouTube视频广告投放情况 137

- 二、Hulu视频广告成功模式解析 137
- 三、优酷土豆广告系统重磅出击 138
- 四、优酷视频广告表现突出 140
- 五、酷6将成国内最早盈利视频网站 140
- 第四节 视频广告发展的问题对策 141
  - 一、中国视频广告市场发展问题分析 141
  - 二、网络视频广告发展的制约因素 142
  - 三、视频广告发展三大问题尚待解决 143
  - 四、网络视频广告发展策略 145
- 第五节 视频广告前景展望 146
  - 一、网络视频广告发展趋势 146
  - 二、视频广告市场前景看好 149
  - 三、视频植入广告前景乐观 150

## 第六章 搜索广告 151

- 第一节 搜索广告发展概况 151
  - 一、搜索引擎广告影响力巨大 151
  - 二、付费搜索广告市场分析 152
  - 三、搜索引擎广告付费收录模式分析 152
  - 四、网络搜索营销代表未来营销方向 153
- 第二节 中国搜索广告市场近况 156
  - 一、中国搜索广告市场营收状况 156
  - 二、百度与谷歌占中国搜索广告市场的份额 157
  - 三、2016年国内搜索广告市场综述 157
- 第三节 重点企业搜索广告业务发展状况 158
  - 一、百度搜索类广告营收高速增长 158
  - 二、谷歌加大移动搜索广告发展步伐 158
  - 三、雅虎与微软搜索广告合作获批 159
  - 四、易查发力移动搜索广告市场 159
  - 五、腾讯搜搜借助开眼数据开发搜索广告市场 160

## 第七章 网络游戏广告 161

第一节 网络游戏广告发展探析	161
一、网游成为广告载体原因	161
二、网络游戏广告发展优势	162
三、网络游戏广告发展形式	165
四、网络游戏广告发展问题	165
五、网络游戏广告市场剖析	167
第二节 网络游戏内置广告概述	168
一、网络游戏植入式广告定义	168
二、网游植入式广告特点及优势	169
三、网游植入式广告的植入模式	172
四、网游内置广告技术实现方式	174
第三节 网络游戏内置广告发展分析	174
一、网络游戏内置广告发展环境浅析	174
二、中国网络游戏用户情况发展分析	176
三、网络游戏内置广告市场发展现状	178
四、网络游戏内置广告市场案例分析	179
五、网络游戏内置广告市场发展潜力	183
第四节 网络游戏内置广告问题及对策	184
一、网络游戏内置广告存在问题	184
二、网络游戏内置广告发展困境	186
三、网络游戏内置广告发展瓶颈	187
四、网络游戏内置广告发展对策	189
五、网络游戏内置广告植入策略	191
第五节 网络游戏广告开发战略	193
一、网络游戏广告的4Ps策略	193
二、网络游戏广告的制定策略	198
三、网络游戏广告效果测量战略	199
第八章 互联网广告市场竞争分析	202
第一节 网络广告与传统媒体广告竞争	202
一、网络广告自适性优于传统媒体广告	202
二、网络广告与传统广告的竞争与融合	203

三、网络广告与传统媒体广告竞争比较	204
四、报纸和网络的广告经营整合战略	206
第二节 网络广告行业的市场竞争概况	208
一、互联网与传统广告竞争形势	208
二、中国网络广告行业竞争格局	209
三、中国互联网广告业竞争变化	211
四、4A公司争食网络广告市场	214
五、中国网络广告市场核心竞争力	215
第三节 互联网巨头广告业务竞争状况	216
一、微软、雅虎合作广告平台赶超谷歌	216
二、中国互联网四巨头广告市场竞争激烈	217
三、主要门户网站广告业务发展情况分析	218
四、互联网广告巨头探讨提升企业营销价值	219
第四节 网络广告联盟发展分析	220
一、网络广告联盟概述	220
二、网络广告联盟产业链	221
三、网络广告联盟市场规模	226
四、网络广告联盟市场特征	228
五、网络广告联盟平台核心竞争力	231
六、网络广告联盟市场问题及建议	231
七、网络广告联盟市场发展趋势	232
第九章 2016年中国重点网络广告公司发展分析	234
第一节 分众传媒控股有限公司	234
一、公司基本情况介绍	234
二、公司经营状况分析	235
三、公司财务指标分析	235
四、公司实行网络广告战略调整	236
五、公司推出互动广告新模式	236
第二节 杭州顺网科技股份有限公司	237
一、公司基本情况介绍	237
二、2016年企业经营情况分析	237

三、2016年企业经济指标分析	238
四、2016年企业盈利能力分析	239
五、2016年企业偿债能力分析	239
六、2016年企业运营能力分析	240
七、2016年企业成本费用分析	240
八、企业发展战略及未来展望	240
第三节 悠易互通(北京)广告有限公司	241
一、公司简介	241
二、悠易互通产品介绍	241
三、悠易互通新营销概念	243
四、悠易互通获风险投资	243
第四节 珠海麒润网络科技有限公司	245
一、公司简介	245
二、麒润网络广告产品优势	245
三、麒麟网络广告发展优势	246
第五节 郑州市传力广告有限公司	247
一、公司简介	247
二、公司网络视频广告的优势	247
三、传力广告发展面临的机遇与挑战	248
第十章 互联网广告投放分析	249
第一节 互联网广告投放总况	249
一、网络广告投放行业概述	249
二、2014年我国十大行业网络广告投放评述	250
三、2015年我国各行业网络广告投放分析	252
四、2016年我国各行业网络广告投放分析	254
第二节 汽车行业	254
一、汽车行业发展概况	254
二、汽车行业网络广告投放分析	257
三、汽车行业网络广告投放增长情况	258
第三节 食品饮料行业	259
一、中国饮料行业网络广告投放概况	259

二、中国乳制品行业网络广告投放分析	262
三、我国酒业网络广告投放特点	264
第四节 房产家居行业	266
一、中国房地产行业网络广告投放特点	266
二、中国房产类网络广告投放概况	267
三、我国家居行业网络媒体广告投放分析	268
第五节 金融行业	270
一、金融行业网络广告投放综述	270
二、金融行业网络广告投放现状	271
三、金融保险行业网络广告投放分析	273
第六节 通信行业	274
一、通信行业运行情况	274
二、2016年通信行业网络广告投放分析	277
三、2015年通信行业网络广告投放分析	278
第七节 其它行业	280
一、IT行业网络广告投放	280
二、服装服饰行业网络广告投放	281
三、消费电子行业网络广告投放	283
四、化妆与卫生用品行业网络广告投放	284
第十一章 2017-2022年网络广告行业发展前景趋势分析 (ZY CW)	288
第一节 2017-2022年网络广告行业发展趋势分析	288
一、网络广告发展趋势分析	288
二、未来网络广告行业发展趋向	289
三、中国网络广告市场发展趋势	291
第二节 2017-2022年网络广告行业发展前景展望	293
一、2017-2022年网络广告发展前景展望	293
二、2017-2022年全球网络广告行业预测	293
三、2017-2022年中国网络广告行业预测	294

部分图表目录：

图表 1 2016年各大网络服务器软件的全球市场份额 25

图表 2 2016年全球各地区网民比例 26

图表 3 2016年全球各地区网民渗透率 26

图表 4 2016年全球桌面网络浏览器市场份额 27

图表 5 2007-2016年欧盟从未上网人数所占比例 36

图表 6 2015-2016年中国互联网基础资源对比 38

图表 7 2009-2015年中国IPv4地址资源变化趋势图 38

图表 8 2010-2015年中国IPv6地址资源变化趋势图 39

图表 9 2015年中国分类域名数量概况 39

图表 10 2015年中国分类CN域名数量概况 40

图表 11 2009-2015年中国网站数量变化趋势图 40

图表 12 2011-2016年中国网页规模变化趋势图 41

图表 13 2012-2016年中国网页数量变化概况 41

图表 14 2009-2015年中国国际出口带宽数量变化趋势图 42

图表 15 2015年主要骨干网络国际出口带宽数 42

图表 16 2009-2015年中国网民规模与普及率变化趋势图 43

图表 17 2009-2016年各学历人群互联网普及率变化趋势图 44

图表 18 2012-2016年家庭宽带网民规模变化趋势图 44

图表 19 2010-2015年手机上网网民规模变化趋势图 45

图表 20 2009-2015年中国手机网民规模及占总网民的比例情况 46

图表 21 2016年分省网民规模及增速 47

图表 22 2015-2016年网民性别结构变化趋势图 48

图表 23 2015-2016年网民年龄结构变化趋势图 49

图表 24 2015-2016年网民学历结构变化趋势图 49

图表 25 2015年网民职业结构分布图 50

图表 26 2015-2016年网民个人月收入结构变化趋势图 51

图表 27 2015-2016年网民城乡结构变化趋势图 51

图表 28 2015-2016年中国网民对各类网络应用使用率统计 53

图表 29 2015-2016年网民上网设备变化趋势图 54

图表 30 2011-2015年使用各类上网终端的网民规模发展趋势 54

图表 31 2015-2016年网民使用电脑上网场所变化趋势图 55

图表 32 2015-2016年网民平均每周上网时长变化趋势图 56

更多图表见正文&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/chuanmei/E171616XFS.html>