

# 2017-2022年中国网络广告 行业市场监测与投资趋势研究报告

## 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年中国网络广告行业市场监测与投资趋势研究报告》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/N03827PBP4.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

移动互联网广告的快速崛起是推动网络广告增长的主要因素。2015年度中国网络广告市场规模达到2093.7亿元，同比增长36.0%，其中移动互联网广告规模901.3亿元，增速178.3%。2016年移动广告规模超过PC互联网，在整体网络广告市场中占比过半。

### 中国网络广告及移动广告市场规模及增速

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国网络广告行业市场监测与投资趋势研究报告》共十九章。首先介绍了中国网络广告行业市场发展环境、中国网络广告整体运行态势等，接着分析了中国网络广告行业市场运行的现状，然后介绍了中国网络广告市场竞争格局。随后，报告对中国网络广告做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国网络广告行业发展趋势与投资预测。您若想对网络广告产业有个系统的了解或者想投资网络广告行业，本报告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：

### 第一部分 网络广告行业发展基础剖析

#### 第一章 网络广告行业发展概述

##### 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 网络广告

###### 一、网络广告的概念

###### 二、网络广告的划分

###### 三、网络广告的主要功能

###### 四、网络广告媒体

###### 五、网络广告的特征

## 第二章 2011年世界广告行业发展形势综述

### 第一节 2011年世界广告行业发展概况

- 一、全球广告经营状况
- 二、世界广告业排名状况分析
- 三、世界广告业发展规模分析
- 四、2011年世界广告企业竞争分析

### 第二节 2011年全球广告市场分析

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

### 第三节 2011-2015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、2011年全球广告支出增长预测
- 四、2011-2015年全球广告预算情况
- 五、2011-2015年广告行业发展前景

## 第三章 2011年世界网络广告业发展动态分析

### 第一节 2011年世界网络广告市场发展分析

- 一、全球网络广告市场发展分析
- 二、全球网络广告开销增长情况
- 三、全球网络广告支出情况分析
- 四、全球网络广告市场规模预测

### 第二节 美国网络广告市场分析

- 一、美国七种网络广告的研究发展
- 二、美国互联网广告的收入情况
- 三、美国在线广告收入情况分析
- 四、美国网络广告市场规模情况

## 五、美国网络广告市场竞争格局

### 第三节 欧洲网络广告市场分析

#### 一、欧洲网络广告市场特点分析

#### 二、欧洲互联网广告的收入情况

#### 三、欧洲在线广告收入情况分析

#### 四、欧洲网络广告市场规模情况

#### 五、欧洲网络广告市场竞争格局

### 第四节 日本网络广告市场状况

#### 一、日本网络广告市场特点分析

#### 二、日本互联网广告的收入情况

#### 三、日本在线广告收入情况分析

#### 四、日本网络广告市场规模情况

#### 五、日本网络广告市场竞争格局

### 第五节 韩国网络广告发展状况

#### 一、韩国网络广告市场特点分析

#### 二、韩国互联网广告的收入情况

#### 三、韩国在线广告收入情况分析

#### 四、韩国网络广告市场规模情况

#### 五、韩国网络广告市场竞争格局

## 第四章 中国广告行业发展现状

### 第一节 中国广告行业综合状况分析

#### 一、中国本土广告业发展现状

#### 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 中国广告市场发展分析

#### 一、2010-2011年中国广告发展现状

#### 二、2011年内地广告市场规模分析

#### 三、2011年中国广告市场价值分析

#### 四、2010年中国广告市场的投放额

#### 五、2010年广告行业人才供求情况

## 六、2011年广告市场面临的挑战

### 第三节 中国广告市场规范情况

- 一、2010年中国查处广告违法案件情况
- 二、2010年广告业存在的主要问题探讨
- 三、2010年中国广告行业新的自律规则
- 四、2010年广告行业结盟维护创意版权

## 第五章2011年中国网络广告行业发展态势分析

### 第一节 网络广告发展现状分析

- 一、2010年互联网广告现状发展分析
- 二、2011年1-4月中国网络广告发展分析

### 第二节2011年中国互联网广告市场发展分析

- 一、互联网广告价值解析
- 二、网络广告的发展是时代的选择
- 三、中国网络广告收入增长步入快车道
- 四、中国网络广告市场发展特点
- 五、网络广告市场发展趋于理性

### 第三节2011年中国网络广告市场价格及盈利分析

- 一、中国网络广告价格情况分析
- 二、网络广告的各种计价方式分析
- 三、中国网络媒体广告定价方式发展
- 四、互联网广告盈利模式创新分析

### 第四节2011年互联网广告市场存在问题分析

- 一、互联网广告市场竞争中的问题
- 二、数字媒体营销出现的问题分析
- 三、中国网络广告中欺诈行为分析
- 四、网络广告市场专业评测的问题

## 第六章2011年中国网络广告市场分析

### 第一节 2010年1-12月中国网络广告市场分析

- 一、整体花费情况分析
- 二、各业广告投放情况

### 三、广告主的竞争情况

#### 第二节 2011年1-4月中国网络广告市场分析

##### 一、整体花费情况分析

##### 二、各业广告投放情况

##### 三、广告主的竞争情况

#### 第三节 2010-2011年中国网络广告市场分析

##### 一、2010年四大门户网站广告收入情况

##### 二、2010年首届中国网络广告行业大会

##### 三、2011年中国网络广告市场规模情况

##### 四、2011年中国网络展示广告市场价值

##### 五、2010年奥运赞助商网络广告的投放

##### 六、2010年房地产行业网络广告的投放

##### 七、2010年汽车行业网络广告投放情况

### 第七章 2011年中国网络广告受众及投放分析

#### 第一节 网络广告的投放原因及特点

##### 一、投放网络广告的原因

##### 二、网络广告在广告媒体中的地位

##### 三、网络广告接受度情况分析

##### 四、制约网络广告发展的因素

#### 第二节 网络广告受众分析

##### 一、受众接触网络广告的黄金时间

##### 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 影响网络广告投放的要素分析

##### 一、影响网络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

### 第八章 2011年网络广告主要形式发展分析

#### 第一节 视频广告市场分析

##### 一、视频广告的介绍

二、视频广告的优势

三、视频广告的关注度

四、2010-2011年视频广告发展分析

第二节 搜索广告市场分析

一、搜索广告的介绍

二、搜索广告的优势

三、搜索广告的关注度

四、2010-2011年搜索广告发展分析

第三节 网络分类广告发展分析

一、网络分类广告的介绍

二、网络分类广告的优势

三、网络分类广告的关注度

四、2010-2011年网络分类广告发展分析

第四节 网络窄告发展分析

一、网络窄告的介绍

二、网络窄告的优势

三、网络窄告的关注度

四、2010-2011年网络窄告发展分析

第五节 博客广告发展分析

一、博客广告的介绍

二、博客广告的优势

三、博客广告的关注度

四、2010-2011年博客广告发展分析

第九章 2011年中国网络广告主分析

第一节 中国网络广告主分布情况

一、网络广告主数量情况分析

二、网络广告主投放费用分析

三、网络广告主区域分布情况

第二节 细分行业网络广告投放分析

一、交通汽车类广告主网络广告投放分析

二、IT产品类广告主网络广告投放分析

- 三、房产类广告主网络广告投放分析
- 四、网络服务类广告主网络广告投放分析
- 五、通讯服务类广告主网络广告投放分析

## 第二部分 网络广告行业竞争格局研究

### 第十章 2011年中国网络广告市场竞争分析

#### 第一节 互联网广告与传统媒体广告的竞争

- 一、网络广告与传统广告的对比优势
- 二、网络广告与传统广告市场竞争分析
- 三、网络广告与报纸广告市场竞争分析
- 四、网络广告与户外广告市场竞争分析

#### 第二节 互联网广告市场竞争现状

- 一、网络广告市场竞争格局分析
- 二、2010-2011年网络广告市场竞争分析
- 三、2010-2011年IT巨头在网络广告市场的竞争
- 四、网络广告市场激烈竞争下的广告主

#### 第三节 IT巨头互联网广告业务的竞争状况

- 一、微软、Google、雅虎的网络广告竞争
- 二、雅虎与Google的网络广告竞争
- 三、Google与微软的网络广告竞争
- 四、雅虎与微软的网络广告竞争

### 第十一章 2011年中国网络广告企业竞争策略分析

#### 第一节 网络广告市场竞争策略分析

- 一、2011年网络广告市场增长潜力分析
- 二、2011年网络广告主要潜力品种分析
- 三、现有网络广告产品竞争策略分析
- 四、潜力网络广告品种竞争策略选择
- 五、典型企业产品竞争策略分析

#### 第二节 网络广告企业竞争策略分析

- 一、金融危机对网络广告行业竞争格局的影响
- 二、金融危机后网络广告行业竞争格局的变化

- 三、2011-2015年中国网络广告市场竞争趋势
- 四、2011-2015年网络广告行业竞争格局展望
- 五、2011-2015年网络广告行业竞争策略分析
- 六、2011-2015年网络广告企业竞争策略分析

## 第十二章2011年中国四大门户网站竞争分析

### 第一节 新浪

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2010-2011年经营状况
- 四、2011-2015年发展战略

### 第二节 搜狐

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2010-2011年经营状况
- 四、2011-2015年发展战略

### 第三节 网易

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2010-2011年经营状况
- 四、2011-2015年发展战略

### 第四节 腾讯

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2010-2011年经营状况
- 四、2011-2015年发展战略

## 第十三章2011年网络广告重点企业竞争分析

### 第一节 好耶

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2010-2011年经营状况

#### 四、2011-2015年发展战略

##### 第二节 华扬联众

###### 一、企业概况

###### 二、竞争优势分析

###### 三、2010-2011年经营状况

###### 四、2011-2015年发展战略

##### 第三节 麒润

###### 一、企业概况

###### 二、竞争优势分析

###### 三、2010-2011年经营状况

###### 四、2011-2015年发展战略

##### 第四节 热点

###### 一、企业概况

###### 二、竞争优势分析

###### 三、2010-2011年经营状况

###### 四、2011-2015年发展战略

### 第三部分 网络广告行业前景预测展望分析

#### 第十四章 2011-2015年网络广告行业发展趋势分析

##### 第一节 2011-2015年中国广告行业发展趋势分析

###### 一、中国广告业发展新动向

###### 二、2011年中国广告市场趋势解析

###### 三、2011-2015年中国广告行业发展前景

###### 四、2011-2010年中国对全球广告市场的推动

###### 五、2011年中国广告市场发展与新媒体趋势

##### 第二节 2011-2015年中国网络广告市场趋势前景分析

###### 一、中国网络广告市场发展前景

###### 二、中国网络广告市场潜力分析

###### 三、中国网络广告发展趋势分析

#### 第十五章 2011-2015年中国网络广告行业发展预测分析

##### 第一节 2011-2015年网络广告市场发展预测

- 一、2011-2015年全球主要网络广告市场发展预测
- 二、2011年中国主要形式网络广告市场分析预测
- 三、2011-2015年中国网络广告发展趋势预测
- 四、2011-2015年中国网络广告市场规模预测
- 五、2011-2015年游戏内置广告发展趋势分析
- 六、2011-2015年中国网盟广告市场发展预测
- 第二节 2011-2015年国内网络广告市场预测分析
  - 一、2011-2015年国内网络广告行业供给预测
  - 二、2011-2015年国内网络广告市场需求前景
  - 三、2011-2015年国内网络广告市场价格预测
  - 四、2011-2015年国内网络广告行业集中度预测

#### 第四部分 网络广告投资战略研究探讨

##### 第十六章 2011年网络广告行业投资现状分析

###### 第一节 2010年网络广告行业投资情况分析

- 一、2010年总体投资及结构
- 二、2010年投资规模情况
- 三、2010年投资增速情况
- 四、2010年分行业投资分析
- 五、2010年分地区投资分析
- 六、2010年外商投资情况

###### 第二节 2011年1季度网络广告行业投资情况分析

- 一、2011年1季度总体投资及结构
- 二、2011年1季度投资规模情况
- 三、2011年1季度投资增速情况
- 四、2011年1季度分行业投资分析
- 五、2011年1季度分地区投资分析
- 六、2011年1季度外商投资情况

##### 第十七章 2011年中国网络广告行业投资环境分析

###### 第一节 2011年中国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP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2011年中国网络广告政策法规环境分析

一、2011年网络广告行业政策环境

二、2011年国内宏观政策对其影响

三、2011年行业产业政策对其影响

第三节2011年中国网络广告社会发展环境分析

一、国内社会环境发展现状

二、2011年社会环境发展分析

三、2011-2015年社会环境对行业的影响分析

第十八章2011-2015年中国网络广告行业投资机会与风险分析

第一节2011-2015年中国网络广告行业投资效益分析

第二节 影响网络广告行业发展的主要因素

第三节 网络广告行业投资风险及控制策略分析

第十九章2011-2015年网络广告行业投资战略研究（ZYYF）

第一节 网络广告行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第二节 对中国网络广告品牌的战略思考

一、企业品牌的重要性

二、网络广告实施品牌战略的意义

三、网络广告企业品牌的现状分析

四、中国网络广告企业的品牌战略

五、网络广告品牌战略管理的策略

第三节 网络广告行业投资战略研究

一、2011年广告行业投资战略

二、2011年中国网络广告行业投资战略

三、2011-2015年网络广告行业投资战略

四、2011-2015年细分行业投资战略

图表目录：

图表：2010年全球四大广告集团市场份额

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

图表：2005-2010年间全球10大广告支出国的市场份额增长速度

图表：2010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：2010年全球广告公司收入排名

图表：互联网的理念、体系构架和相关特性

图表：互联网应用的三个阶段

图表：互联网不同应用阶段的典型特征

图表：互联网缩略语及全称对照

图表：2010年全世界因特网使用人口统计数字

图表：2010年前20个因特网用户最多的国家

图表：2010年互联网上使用的十大语言

图表：2010年1-2季度法国互联网发展状况

图表：2010年互联网使用统计结果

图表：世界互联网使用2009年底更新的统计数据

图表：中国互联网普及率

图表：中国网站数量增长情况

图表：中国不同上网方式网民规模

图表：全球网络广告支出前50家广告主行业分布情况

图表：2010-2011年法国网络广告市场规模

图表：韩国历年来广告收入与网络广告所占比例

更多图表见报告正文

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/chuanmei/N03827PBP4.html>