

# 2017-2022年中国互联网广告行业发展现状分析及 市场供需预测报告

报告大纲

## 一、报告简介

华经情报网发布的《2017-2022年中国互联网广告行业发展现状分析及市场供需预测报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/detail/303481.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

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、网络游戏广告制定策略 198
  - 三、网络游戏广告效果测量策略 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 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 2014-2015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

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/303481.html>