

2022-2027年中国网络广告行业发展前景及投资战略咨询报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2022-2027年中国网络广告行业发展前景及投资战略咨询报告》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/channel/media/764172.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

网络广告就是在网络上做的广告。通过网络广告投放平台来利用网站上的广告横幅、文本链接、多媒体的方法，在互联网刊登或发布广告，通过网络传递到互联网用户的一种高科技广告运作方式。与传统的四大传播媒体（报纸、杂志、电视、广播）广告及近来备受垂青的户外广告相比，网络广告具有得天独厚的优势，是实施现代营销媒体战略的重要一部分。网络广告是主要的网络营销方法之一，在网络营销方法体系中具有举足轻重的地位，事实上多种网络营销方法也都可以理解为网络广告的具体表现形式，并不仅仅限于放置在网页上的各种规格的BANNER广告，如电子邮件广告、搜索引擎关键词广告、搜索固定排名等都可以理解为网络广告的表现形式。

电商广告形式丰富，有着较为直接的转化链路，为广告主提供了多元化且利于销售转化的营销选择。自淘宝，天猫，京东，拼多多等电商平台的崛起，我国电商行业迅猛发展。同样的，电商行业的兴起，带动着我国电商广告市场的发展。2020年，我国电商广告市场规模达3057亿元，同比增长25.3%。

2016-2020年中国电商广告市场规模及增速

随着短视频行业的飞速发展，短视频行业广告市场也随着迅猛发展，成为各大广告主投放的重点途径之一。同时平台不断优化的内容生态和持续拉升整体用户量和用户粘性，成为广告主营销增长的肥沃土壤。截至2020年，短短几年间市场规模就扩大至1336亿元。

2016-2020年中国短视频广告行业市场规模及增速

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

第一节 网络广告的定义及起源

一、网络广告的定义

二、网络广告的特点

三、网络广告优劣势比较

四、国际网络广告的起源

五、中国网络广告发展史

第二节 互联网广告模式

- 一、传统展示广告模式
- 二、即时信息（IM）广告模式
- 三、窄告网广告模式
- 四、网络视频广告模式
- 五、富媒体（Rich Media）广告
- 六、搜索引擎广告
- 七、电子邮件广告模式

第三节 网络广告其它相关介绍

- 一、网络广告的主要形式
- 二、网络广告评估的方法
- 三、网络广告术语解释
- 四、网络广告的计费方式

第二章 中国互联网产业发展概况分析

第一节 世界互联网产业总体形势分析

第二节 中国互联网产业营运情况分析

- 一、中国互联网产业发展进入新的阶段
- 二、近年中国互联网产业经济发展特点
- 三、中国网民规模及互联网普及情况
- 四、中国互联网基础资源情况分析
- 五、中国整体互联网应用状况分析
- 六、中国互联网产业经济运行情况

第三节 中国移动互联网产业发展现状

- 一、中国移动互联网产业热点剖析
- 二、中国移动互联网市场运行情况
- 三、中国移动互联网网民规模情况
- 四、中国移动互联网市场运行情况
- 五、移动即时通讯互联网应用状况
- 六、移动互联网产业迎来投资热潮

第四节 下一代互联网

第五节 中国互联网产业发展的问题对策分析

- 一、中国互联网产业发展中的短板
- 二、中国互联网信息安全问题剖析
- 三、互联网行业发展的版权问题
- 四、中国互联网产业发展对策

第三章 世界互联网广告市场运行局势分析

第一节 世界互联网广告市场概述

- 一、全球广告市场规模统计
- 二、全球广告市场区域市场分析
- 三、全球互联网广告市场规模
- 四、全球互联网广告市场结构
- 五、全球互联网广告支出简述
- 六、全球社交网络广告市场分析

第二节 美国

第三节 英国

第四节 法国

第五节 日本

第六节 其它国家

一、俄罗斯

二、加拿大

三、泰国

第四章 中国互联网广告行业综合分析

第一节 中国网络广告行业概况分析

- 一、中国网络广告行业现状分析
- 二、中国网络广告市场发展的特点
- 三、中国网络广告计费方式分析
- 四、中国网络广告市场发展趋势

第二节 中国网络广告市场发展分析

一、中国广告市场规模分析

二、中国网络广告市场规模分析

据资料显示，2020年中国网络广告市场规模达7666亿元，同比增长率为18.6%，增长率相较于2019年减少了4.1%。可以发现，2020年网络广告市场规模的增速明显放缓，主要还是受到了疫情方面的影响。随着疫情的逐渐控制，疫情散去之后广告主对于营销数字化趋势的肯定以及疫情导致的线上模式增多等机遇也随之而来，网络广告市场将会回暖，市场规模预计在2021年达到9343亿元。

2016-2021年中国网络广告市场规模

三、中国网络广告市场规模分析

第三节 中国网络广告精准营销分析

一、精准营销的优势

二、网络广告精准营销表现形式及其有效性

三、网络广告精准营销的缺陷

四、网络广告精准营销策略

第四节 中国互联网广告行业发展面临的挑战分析

一、网络广告行业运行规范问题

二、互联网广告发展存在的问题

三、中国网络广告发展制约因素

四、中国网络广告发展存在的不足

第五节 中国互联网广告行业发展对策分析

一、互联网广告行业发展建议

二、中国网络广告发展的对策

三、中国网络广告的发展策略

第五章 中国视频广告市场运营局势分析

第一节 富媒体广告分析

一、富媒体广告相关概述

二、富媒体广告的特征

三、中国富媒体广告市场规模分析

四、中国富媒体广告市场规模分析

五、富媒体广告发展策略分析

第二节 中国视频广告发展概况分析

一、网络视频广告的特征与优势

二、中国视频广告发展情况分析

三、中国视频广告市场规模分析

四、中国视频广告市场规模分析

第三节 中国主要视频网广告发展动态分析

第四节 中国视频广告发展的问题对策分析

第六章 中国搜索广告市场发展格局分析

第一节 中国搜索引擎市场规模情况分析

第二节 中国网络搜索广告发展概况分析

第三节 国内外企业搜索广告业务发展状况

第四节 企业移动搜索广告业务发展状况

第七章 中国网络游戏广告市场运行态势分析

第一节 中国网络游戏广告发展探析

第二节 网络游戏内置广告相关概述

第三节 中国网络游戏内置广告发展分析

第四节 中国网络游戏内置广告存在的问题及对策分析

第五节 中国网络游戏广告开发战略分析

第八章 中国互联网广告市场竞争格局分析

第一节 网络广告与传统媒体广告的竞争

一、网络媒体的广告自适性优于传统媒体

二、网络广告与传统广告的竞争与融合

三、网络广告与传统媒体广告竞争比较

四、报纸和网络的广告经营整合战略

第二节 网络广告市场竞争概况

一、中国网络广告业竞争格局

二、中国互联网广告行业竞争变化分析

第三节 互联网巨头广告业务竞争状况

第四节 中国广告网络发展分析

一、中国广告网络概况

二、中国广告网络产业链分析

三、中国广告网络市场规模分析

四、中国广告联盟细分市场规模分析

五、中国品牌广告网络市场规模分析

六、中国广告网络细分市场结构分析

七、中国广告网络细分市场格局分析

八、中国广告网络行业发展趋势

第九章 中国重点网络广告公司发展分析

第一节 分众传媒控股有限公司

一、企业简介

二、企业经营状况

三、企业竞争力分析

四、企业发展战略

第二节 杭州顺网科技股份有限公司

一、企业简介

二、企业经营状况

三、企业竞争力分析

四、企业发展战略

第三节 悠易互通(北京)广告有限公司

一、企业简介

二、企业经营状况

三、企业竞争力分析

四、企业发展战略

第四节 珠海麒润网络科技有限公司

一、企业简介

二、企业经营状况

三、企业竞争力分析

四、企业发展战略

第五节 郑州市传力广告有限公司

一、企业简介

二、企业经营状况

三、企业竞争力分析

四、企业发展战略

第十章 中国互联网广告投放情况分析

第一节 中国互联网广告投放总况分析

一、中国网络广告投放规模统计

二、中国各行业网络广告投放结构

三、中国网络广告投放行为分析

第二节 中国汽车行业网络广告投放情况

一、中国汽车行业发展概况

二、中国汽车行业网络广告投放分析

三、中国汽车行业网络广告投放规模

第三节 中国食品饮料行业网络广告投放情况

一、中国食品饮料行业发展概况

二、中国食品饮料行业网络广告投放规模

三、我国食品饮料行业网络广告投放分析

第四节 中国房产家居行业网络广告投放情况

一、中国房地产行业发展概况

二、中国房地产行业网络广告投放规模

三、中国房地产行业网络广告投放分析

第五节 中国金融行业网络广告投放情况

一、中国金融行业发展概况

二、中国金融行业网络广告投放规模

三、中国银行业网络广告投放分析

第六节 中国其它行业网络广告投放情况

一、中国消费类电子行业网络广告投放规模

二、中国服装服饰行业网络广告投放规模

三、中国IT类产品网络广告投放规模

四、中国化妆品行业网络广告投放特点

第十一章 2022-2027年中国网络广告发展趋势与前景分析

第一节 2022-2027年中国网络广告发展趋势分析

一、未来中国广告行业发展趋势(AK LMNP)

二、中国网络广告发展走向分析

三、未来网络广告行业发展趋向

四、中国网络广告市场发展趋势

第二节 2022-2027年中国网络广告发展前景预测

一、全球互联网广告发展前景预测

二、中国互联网广告发展前景展望

三、中国网络广告市场规模预测分析

详细请访问：<https://www.huaon.com/channel/media/764172.html>