

2018-2024年中国互联网广告行业市场深度调查及 发展前景研究预测报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2018-2024年中国互联网广告行业市场深度调查及发展前景研究预测报告》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/365415.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

互联网广告就是通过网络广告平台在网络上投放广告。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）广告及备受垂青的户外广告相比，互联网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。Internet是一个全新的广告媒体，速度最快效果很理想，是中小企业扩展壮大的很好途径，对于广泛开展国际业务的公司更是如此。

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：

第一章中国互联网广告市场环境分析

第一节经济发展环境分析

- 一、2018年我国宏观经济运行情况
- 二、2018年我国宏观经济形势分析

第二节政策法规环境分析

- 一、相关政治环境分析
- 二、产业相关法律问题分析

第三节社会文化环境分析

- 一、我国互联网市场概况
- 二、2012-2018年我国网民规模
- 三、我国网民网络应用行为分析

第二章中国互联网广告市场现状分析

第一节2011-2018年中国互联网广告市场规模分析

- 一、2016年中国互联网广告市场规模分析
- 二、2017年中国互联网广告市场规模分析
- 三、2018年中国互联网广告市场规模分析

第二节2011-2018年中国互联网广告竞争格局分析

- 一、2016年中国互联网广告竞争格局分析
- 二、2017年中国互联网广告竞争格局分析
- 三、2018年中国互联网广告竞争格局分析

第三节2011-2018年中国互联网广告细分市场分析

一、2016年中国互联网广告细分市场分析

二、2017年中国互联网广告细分市场分析

三、2018年中国互联网广告细分市场分析

第三章中国互联网广告媒体分析

第一节综合门户网站分析

一、新浪

二、搜狐

三、网易

四、腾讯

第二节搜索引擎运营商分析

一、百度

二、谷歌中国

第三节垂直网站分析

一、财经垂直网站

二、汽车垂直网站

三、IT垂直网站

四、房地产垂直网站

第四章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、网络受众对广告接受过程分析

三、受众的心理分析

四、应对策略分析

第三节影响网络广告投放的要素分析

一、影响网络广告效果的因素分析

二、影响网络广告投放策划的因素分析

第五章中国互联网广告公司分析

第一节中国互联网广告公司竞争分析

一、互联网广告与传统媒体广告的竞争

二、中国互联网广告公司竞争特点分析

三、2012-2018年中国互联网广告公司竞争形势分析

第二节厂商分析

一、好耶

二、华扬联众

三、腾信互动

第六章中国互联网广告市场广告主分析

第一节中国互联网细分广告主分析

一、汽车行业

二、房地产行业

三、3C行业

四、金融行业

五、消费品

六、互联网产品/服务

七、通讯行业

第二节2018年中国互联网广告市场广告主行为分析

一、2018年广告主营销意识变化分析

二、2018年整合营销方式变化分析

三、2018年广告主跨媒体营销网络选择分析

四、2018年网络营销最热关键词分析

五、2018年中国网络媒体面临的挑战

六、2018年中国网络媒体面临的机遇

第七章网络广告行业投资现状分析

第一节2018年网络广告行业投资情况分析

一、2018年中外网络广告行业投资比较分析

二、2018年美国网络广告行业投资要点分析

三、2018年网络广告行业投资特点分析

第二节2018年网络广告行业投资情况分析

一、2018年网络广告行业投资形势分析

二、2018年网络广告市场格局发展分析

三、2018年网络广告投资动态分析

第八章中国互联网广告市场趋势预测

第一节2018-2024年国际网络广告市场预测

一、全球媒体消费趋势分析

二、2018-2024年全球网络广告市场规模预测

第二节中国网络广告市场前景分析

- 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
- 四、中国网络广告产业链趋势分析
- 第三节2018-2024年国内网络广告市场预测
 - 一、2018年国内网络广告市场发展前景
 - 二、2013-2018年国内网络广告市场规模预测
 - 三、2018-2024年国内网络广告媒体结构前景
- 第四节2018-2024年中国经济形势预测
 - 一、2018-2024年中国经济影响因素
 - 二、2018-2024年中国宏观经济形势
 - 三、2018-2024年中国宏观经济特点
 - 四、2018-2024年中国经济面临问题
 - 五、2018-2024年中国经济前景预测
- 第五节2018-2024年中国经济走向预测
 - 一、2018-2024年中国经济增长预测
 - 二、2018-2024年中国出口趋势预测
 - 三、2018-2024年中国投资趋势预测
 - 四、2018-2024年中国消费趋势预测
 - 五、2018-2024年中国经济风险预测
- 第九章互联网广告企业发展战略分析
 - 第一节互联网广告企业经营发展分析及建议
 - 一、技术开发战略
 - 二、产业战略规划
 - 三、业务组合战略
 - 四、营销战略规划
 - 五、区域战略规划
 - 六、企业信息化战略规划
 - 第二节对我国互联网广告品牌的战略思考
 - 一、品牌的基本含义
 - 二、品牌战略在企业发展中的重要性
 - 三、互联网广告品牌的特性和作用
 - 四、互联网广告品牌的价值战略
 - 五、我国互联网广告品牌竞争趋势
 - 六、互联网广告企业品牌发展战略

七、互联网广告行业品牌竞争策略

第三节提高互联网广告企业竞争力的策略

- 一、提高中国互联网广告企业核心竞争力的对策
- 二、影响中国互联网广告企业核心竞争力的因素及提升途径
- 三、提高中国互联网广告企业竞争力的策略

第四节网络广告行业投资战略研究

- 一、投资网络广告的目标分析
- 二、网络广告的投资回报率分析
- 三、网络利基营销策略分析

图表目录：

图表：2005-2014年国内生产总值

图表：2005-2014年居民消费价格涨跌幅度

图表：2014年居民消费价格比上年涨跌幅度

图表：2005-2014年年末国家外汇储备

图表：2005-2014年财政收入

图表：2005-2014年粮食产量

图表：2005-2014年工业增加值

图表：2014年主要工业产品产量及其增长速度

图表：2014年1-12月规模以上工业企业实现利润及其增长速度

图表：2005-2014年建筑业增加值

图表：2005-2014年全社会固定资产投资

图表：2014年分行业城镇固定资产投资及其增长速度

图表：2014年固定资产投资新增主要生产能力

图表：2014年房地产开发和销售主要指标完成情况

图表：2005-2014年社会消费品零售总额

图表：2014年货物进出口总额及其增长速度

图表：2014年主要商品出口数量、金额及其增长速度

图表：2014年主要商品进口数量、金额及其增长速度

图表：2014年对主要国家和地区货物进出口额及其增长速度

图表：2005-2014年货物进出口总额

图表：2014年分行业外商直接投资及其增长速度

图表：2014年各种运输方式完成货物运输量及其增长速度

图表：2014年各种运输方式完成旅客运输量及其增长速度

图表：2005-2014年年末电话用户数

图表：2014年全部金融机构本外币存贷款及其增长速度

图表：2005-2014年城乡居民人民币储蓄存款余额

图表：2005-2014年普通高等教育、中等职业教育及普通高中招生人数

图表：2014年人口数及其构成

图表：2005-2014年农村居民人均纯收入

图表：2005-2014年城镇居民人均纯收入

图表：2012-2018年我国消费者物价指数走势图

图表：2012-2018年我国生产者物价指数走势图

图表：2012-2018年我国GDP走势增长图

图表：2005-2018年中国网民规模与普及率

图表：2012-2018年我国手机上网网民规模对比

图表：2012-2018年各类网络应用使用率及增长率

图表：手机网民网络应用

图表：2012-2018年中国宽带网民规模

图表：2011-2018年手机网民半年净增用户数对比

图表：2012-2018年网民性别结构对比

图表：2012-2018年网民年龄结构对比

图表：2012-2018年网民学历结构对比

图表：2012-2018年网民职业结构对比

图表：2012-2018年网民个人月收入结构对比

图表：2012-2018年网民城乡结构对比

图表：2012-2018年网民网络应用行为统计

图表：2012-2018年国内搜索引擎使用率统计

图表：2012-2018年国内网络新闻使用率统计

图表：2012-2018年国内网络购物使用率统计

图表：2012-2018年国内网络支付使用率统计

图表：2012-2018年国内旅行预订使用率统计

图表：2012-2018年国内即时通信使用率统计

图表：即时通信用户使用工具比例统计

图表：2012-2018年国内博客使用率统计

图表：2012-2018年国内社交网站使用率统计

图表：2012-2018年国内网络游戏使用率统计

图表：2012-2018年国内网络文学使用率统计

图表：网络文学用户使用工具比例统计

图表：2012-2018年国内网络视频使用率统计

图表：网络安全形势统计（1）

图表：网络安全形势统计（2）

图表：2007-2014年中国网络广告运营商市场规模

图表：2007-2014年中国网络广告运营商市场结构

图表：2007-2014年中国网络广告主数量及ARPU情况

图表：2002-2014年中国广告投放情况趋势

图表：2005-2018年中国网络广告市场规模

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/365415.html>