

2020-2025年中国互联网广告行业发展趋势预测及 投资规划研究报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2020-2025年中国互联网广告行业发展趋势预测及投资规划研究报告》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/629663.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

伴随着移动互联网的普及和互联网媒体行业的快速发展，互联网内蕴含的流量也越来越大。而互联网广告将用户需求、品牌营销已经媒体自身的发展三者有机结合起来，受到了媒体平台与品牌商的青睐。相比于传统的TV广告以及纸媒广告，互联网广告在投放的精确性、广告效果的可评估性与可优化性上具有明显的优势。目前互联网广告市场已经成为广告市场主体，数据显示我国互联网市场广告规模占全部广告市场规模的份额总体呈上升趋势，占比从2015年的36.57%上升到2019年的50.34%。

2015-2019年中国广告市场规模

目前我国互联网广告市场行业集中度很高，以阿里巴巴、腾讯等占据主流渠道媒体的头部企业瓜分了市场70%以上的份额。目前阿里巴巴、腾讯、百度等巨头在出行、电商、文娱、游戏、搜索引擎等媒介上已经具有明显优势。随着互联网流量增量逐步减少，市场竞争向存量争夺转变，届时行业集中度将会进一步提升，中小型广告公司将会承受更大的压力。

2018年互联网广告市场结构

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 互联网广告市场情况分析

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、2019年我国宏观经济运行状况分析

二、2019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、2019-2019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 2015-2019年中国互联网广告市场规模分析

第二节 2015-2019年中国互联网广告竞争格局分析

第三节 2015-2019年中国互联网广告细分市场分析

第二部分 互联网广告行业发展现状调研

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

互联网广告的优势之一在于应用场景覆盖范围广阔，通过大数据技术互动广告可以精确向目

标客户投放，用户观看时间控制与投放效果较好。从数据分析来看互联网广告的广告商行业主要集中在食品、教育、游戏、文娱等几大领域，而这些行业的特点是服务质量要求高，用户体验感强。传统的地推、TV广告投放能够覆盖的消费者群体有限，既无法让消费者对产品有全面的了解也无法建立良好的第一印象。而互联网广告则实现了消费者与广告商的双向交流，在短短几十秒时间内建立了产品形象。因此广告主的预算将逐步向线上倾斜，调查显示61.8%的广告主考虑将预算投向线上媒体，加大数字营销的投入。

2019年广告主未来预算增加部分分配比例

但随着目前用户互联网上网时间碎片化，越来越多的人不愿意花几十秒观看精心制作的广告。由于视频网站会员制度兴起，一般而言一条广告仅仅只被观看前几秒就被用户跳过，因此广告自身的内容价值变得越来越重要。广告形式既要达到广告商目的，也要让用户满意，同时要让媒体平台接受才能受到市场真正的认同。随着短视频平台的兴起，信息流广告正成为广告主青睐的广告形式，市场份额在2019年一季度从26%上升到2020年一季度的34%。过去的贴片广告用户只能被动接受，而信息流广告支持用户自主选择，用户不必强制花费数十秒观看广告，不喜欢的广告可以划过，对用户来说短视频信息流广告的出现让用户对广告以往令人厌烦的印象有了极大改观，广告的点击率与转化率也大为上升。

2019-2020年不同形式网络广告市场份额

二、中国互联网广告公司竞争特点分析

三、2019-2019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 2019年中国互联网广告市场广告主行为分析

一、2019年广告主营销意识变化分析

二、2019年整合营销方式变化分析

三、2019年广告主跨媒体营销网络选择分析

四、2019年网络营销最热关键词分析

五、2019年中国网络媒体面临的挑战

六、2019年中国网络媒体面临的机遇

第三部分 互联网广告行业投资与发展现状调研

第七章 网络广告行业投资现状分析

第一节 2019年网络广告行业投资情况分析

一、2019年中外网络广告行业投资比较分析

二、2019年美国网络广告行业投资要点分析

三、2019年网络广告行业投资特点分析

第二节 2019年网络广告行业投资情况分析

一、2019年网络广告行业投资形势分析

二、2019年网络广告市场格局发展分析

三、2019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分析

第一节 2019-2019年国际网络广告市场预测分析

一、全球媒体消费趋势预测

二、2019-2019年全球网络广告市场规模预测分析

第二节 中国网络广告市场前景预测

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预测

四、中国网络广告产业链趋势预测

第三节 2020-2025年国内网络广告市场预测分析

一、2019年国内网络广告市场发展前景

二、2019-2019年国内网络广告市场规模预测分析

三、2020-2025年国内网络广告媒体结构前景

第四节 2020-2025年中国经济形势预测分析

一、2020-2025年中国经济影响因素

二、2020-2025年中国宏观经济形势

三、2020-2025年中国宏观经济特点

四、2020-2025年中国经济面临问题

五、2020-2025年中国经济前景预测分析

第五节 2020-2025年中国经济走向预测分析

一、2020-2025年中国经济增长预测分析

二、2020-2025年中国出口趋势预测分析

三、2020-2025年中国投资趋势预测分析

四、2020-2025年中国消费趋势预测分析

五、2020-2025年中国经济风险预测分析

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（AK LSW）

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预测分析

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2015-2019年国内生产总值

图表2015-2019年居民消费价格涨跌幅度

图表2019年居民消费价格比上年涨跌幅度

图表2015-2019年末国家外汇储备

图表2015-2019年财政收入

图表2015-2019年粮食产量

图表2015-2019年工业增加值

图表2019年主要工业产品产量及其增长速度

图表2019年规模以上工业企业实现利润及其增长速度

图表2015-2019年建筑业增加值

图表2015-2019年全社会固定资产投资

图表2019年分行业城镇固定资产投资及其增长速度

图表2019年固定资产投资新增主要生产能力

图表2019年房地产开发和销售主要指标完成状况分析

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/channel/media/629663.html>