

2019-2025年中国互联网广告行业市场调研分析及 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《2019-2025年中国互联网广告行业市场调研分析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/detail/459866.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状况分析
- 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、2015-2018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 2015-2018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 2015-2018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 2015-2018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、2015-2018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分析

第一节 2018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、2018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 2019-2025年国内网络广告市场预测分析

- 一、2018年国内网络广告市场发展前景
- 二、2018年国内网络广告市场规模预测分析
- 三、2019-2025年国内网络广告媒体结构前景

第四节 2019-2025年中国经济形势预测分析

- 一、2019-2025年中国经济影响因素
- 二、2019-2025年中国宏观经济形势
- 三、2019-2025年中国宏观经济特点
- 四、2019-2025年中国经济面临问题
- 五、2019-2025年中国经济前景预测分析

第五节 2019-2025年中国经济走向预测分析

- 一、2019-2025年中国经济增长预测分析
- 二、2019-2025年中国出口趋势预测分析
- 三、2019-2025年中国投资趋势预测分析
- 四、2019-2025年中国消费趋势预测分析
- 五、2019-2025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 LT)
- 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 2015-2018年中国网民规模与普及率

图表 2015-2018年我国手机上网网民规模对比

图表 2015-2018年各类网络应用使用率及增长情况

图表 手机网民网络应用

图表 2015-2018年中国宽带网民规模

图表 2015-2018年手机网民半年净增用户数对比

图表 2015-2018年网民性别结构对比

图表 2015-2018年网民年龄结构对比

图表 2015-2018年网民学历结构对比

图表 2015-2018年网民职业结构对比

图表 2015-2018年网民个人月收入结构对比

图表 2015-2018年网民城乡结构对比

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/459866.html>