

2016-2022年中国互联网广告行业市场分析及发展战略研究报告

报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制

www.chinairr.org

一、报告报价

《2016-2022年中国互联网广告行业市场分析及发展战略研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.chinairr.org/report/R03/R0305/201601/05-194930.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: sales@chyxx.com

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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、说明、目录、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。

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
(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、2014年美国互联网广告业务创记录 90

三、2015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、2015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、2014年法国网络广告收入征税提上日程 98

三、2015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、2015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战略 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 2015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、2015年企业经营情况分析 237
- 三、2015年企业经济指标分析 238
- 四、2015年企业盈利能力分析 239
- 五、2015年企业偿债能力分析 239
- 六、2015年企业运营能力分析 240
- 七、2015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、2014年我国各行业网络广告投放分析 252

四、2015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、2014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 2016-2022年网络广告行业发展前景趋势分析 288

第一节 2016-2022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 2016-2022年网络广告行业发展前景展望 293

- 一、2016-2022年网络广告发展前景展望 293
- 二、2016-2022年全球网络广告行业预测 293
- 三、2016-2022年中国网络广告行业预测 294

图表目录：

- 图表 1 2015年各大网络服务器软件的全球市场份额 25
- 图表 2 2015年全球各地区网民比例 26
- 图表 3 2015年全球各地区网民渗透率 26
- 图表 4 2015年全球桌面网络浏览器市场份额 27
- 图表 5 2005-2015年欧盟从未上网人数所占比例 36
- 图表 6 2011-2015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 2008-2015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 2006-2015年中国网页规模变化趋势图 41
- 图表 13 2010-2015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 2009-2015年各学历人群互联网普及率变化趋势图 44

图表 18 2010-2015年家庭宽带网民规模变化趋势图 44

图表 19 2008-2015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

图表 21 2015年分省网民规模及增速 47

图表 22 2011-2015年网民性别结构变化趋势图 48

图表 23 2011-2015年网民年龄结构变化趋势图 49

图表 24 2011-2015年网民学历结构变化趋势图 49

图表 25 2015年网民职业结构分布图 50

图表 26 2011-2015年网民个人月收入结构变化趋势图 51

图表 27 2011-2015年网民城乡结构变化趋势图 51

图表 28 2011-2015年中国网民对各类网络应用使用率统计 53

图表 29 2011-2015年网民上网设备变化趋势图 54

图表 30 2009-2015年使用各类上网终端的网民规模发展趋势 54

图表 31 2011-2015年网民使用电脑上网场所变化趋势图 55

图表 32 2011-2015年网民平均每周上网时长变化趋势图 56

图表 33 2010-2015年搜索引擎用户数及使用率变化趋势图 57

图表 34 2010-2015年网络新闻用户数及使用率变化趋势图 58

图表 35 2010-2015年网络购物用户数及使用率变化趋势图 59

图表 36 2010-2015年团购用户数及使用率变化趋势图 60

图表 37 2010-2015年网上支付用户数及使用率变化趋势图 61

图表 38 2010-2015年旅行预订用户数及使用率变化趋势图 62

图表 39 2010-2015年即时通信用户数及使用率变化趋势图 63

图表 40 2010-2015年博客/个人空间用户数及使用率变化趋势图 63

图表 41 2010-2015年微博用户数及使用率变化趋势 64

图表 42 2010-2015年社交网站用户数及使用率变化趋势图 65

图表 43 2010-2015年网络游戏用户数及使用率变化趋势图 66

图表 44 2010-2015年网络文学用户数及使用率变化趋势图 66

图表 45 2010-2015年网络视频用户数及使用率变化趋势图 67

图表 46 2008-2015年全球网络广告市场规模变化趋势图 87

图表 47 2008-2015年全球各大媒体广告市场规模变化趋势图 88

图表 48 2009-2015年全球社交网络广告收入变化趋势图 89

图表 49 美国网络广告市场规模统计 91

图表 50 美国网络广告市场规模变化趋势图 91

图表 51 2015年美国网络广告市场规模统计 92

图表 52 2007-2014美国网络广告市场不同形式广告份额 92

图表 53 2009-2015美国各大媒体广告市场规模变化趋势图 93

图表 54 2010-2015年美国移动广告市场规模变化趋势图 94

图表 55 2010-2016年英国媒体广告市场规模变化趋势图 97

图表 56 2010-2016年英国移动广告市场规模变化趋势图 98

图表 57 2008-2014日本网络广告市场规模变化趋势图 101

图表 58 2008-2014日本各大媒体广告市场规模变化趋势图 101

图表 59 2010-2015年德国广告市场规模统计 102

图表 60 2006-2014中国五大媒体广告市场规模 108

图表 61 2006-2015年中国网络广告市场规模增长趋势图 109

图表 62 2008-2015中国网络广告市场不同形式广告份额及预测 109

图表 63 2008-2015年中国网络广告市场不同类型网站份额及预测 110

图表 64 2006-2015年中国网络广告市场重点监测媒体广告收入占比 111

图表 65 2015年中国互联网媒体各行业投放额情况对比 111

图表 66 中国富媒体广告收入增长趋势图 127

图表 67 网络视频广告与中国网络视频行业发展曲线图 130

图表 68 2006-2015年中国网络视频广告收入规模增长趋势图 134

图表 69 2008-2015年中国搜索引擎广告市场规模增长趋势图 156

图表 70 2010/2015年中国搜索引擎广告营收市场份额 157

图表 71 2009-2015年百度搜索广告收入趋势图 158

图表 72 2015年中国4A广告公司20强排名 214

图表 73 广告联盟类型对比 221

图表 74 自建联盟产业链 222

图表 75 搜索流量合作产业链 223

图表 76 搜索推广合作产业链 224

图表 77 联盟广告合作产业链 225

图表 78 第三方联盟产业链 226

图表 79 2009-2015年中国广告网络行业自建联盟市场规模 226

图表 80 2009-2015年中国广告网络行业搜索联盟市场规模 227

图表 81 2009-2015年中国广告网络行业第三方联盟市场规模 227

图表 82 三类广告联盟核心特征 228

图表 83 广告联盟媒体资源比较 228

图表 84 百度联盟模式 229

图表 85 淘宝联盟模式 229

图表 86 百度联盟与淘宝联盟对比情况 230

图表 87 2010-2015年分众传媒控股有限公司营业收入分产品情况表 235

图表 88 2009-2015年分众传媒控股有限公司主要财务指标统计 235

图表 89 2015年杭州顺网科技股份有限公司分产品情况表 238

图表 90 2015年杭州顺网科技股份有限公司业务结构情况 238

图表 91 2009-2015年杭州顺网科技股份有限公司收入与利润统计 238

图表 92 2009-2015年杭州顺网科技股份有限公司资产与负债统计 239

图表 93 2009-2015年杭州顺网科技股份有限公司盈利能力情况 239

图表 94 2009-2015年杭州顺网科技股份有限公司偿债能力情况 239

图表 95 2009-2015年杭州顺网科技股份有限公司运营能力情况 240

图表 96 2009-2015年杭州顺网科技股份有限公司成本费用构成情况统计 240

图表 97 悠易互通（北京）广告有限公司产品情况 242

图表 98 2015年中国网络媒体广告营业收入排名前二十媒体统计 249

图表 99 中国网络广告各行业投放份额 253

图表 100 2015年中国网络广告各行业投放份额 254

图表 101 2009-2015年中国汽车产量统计 255

图表 102 2009-2015年中国汽车销量统计 255

图表 103 2015年汽车行业经济指标统计 256

图表 104 2015年中国汽车行业品牌网络广告投放TOP20广告主统计 258

图表 105 2006-2015年中国汽车行业网络广告投放变化趋势图 259

图表 106 2015年中国汽车行业品牌网络广告投放规模月度变化趋势图 259

图表 107 2011-2015年中国饮料行业品牌网络广告投放规模月度变化趋势图 260

图表 108 2015年中国饮料行业细分品类品牌网络广告投放分布图 260

图表 109 2015年中国饮料行业品牌网络广告投放前十统计 261

图表 110 2011-2015年中国乳制品行业品牌网络广告投放月度变化趋势图 262

图表 111 2015年中国乳制品行业细分品类品牌网络广告投放分布图 262

图表 112 2014中国乳制品行业品牌网络广告投放前十统计 263

图表 113 2011-2015年中国酒业品牌网络广告投放规模月度变化趋势图 264

图表 114 2015年中国酒业细分品类品牌网络广告投放分布图 264

图表 115 2014中国酒业品牌网络广告投放前十统计 265

图表 116 2015年中国房地产类广告主投放TOP10统计 266

图表 117 2009-2015年中国房地产行业网络广告投放规模变化趋势图 267

图表 118 2011-2015年中国房产类网络广告投放天次及广告主数量季度统计 267

图表 119 2011-2015年中国房产类网络广告投放费用季度变化趋势图 268

图表 120 2015年中国房地产行业网络广告投放费用媒介分布图 268

图表 121 2015年中国家居家装行业品牌网络广告投放TOP20广告主统计 269

图表 122 2015年中国金融行业广告主媒体投放分布图 271

图表 123 2015年中国金融行业广告主投放前十统计 271

图表 124 2009-2015年中国金融服务行业网络广告投放规模变化趋势图 272

图表 125 2011-2015年中国金融服务行业网络广告投放天次季度统计 272

图表 126 2011-2015年中国金融服务行业网络广告投放费用季度变化趋势图 273

图表 127 2011-2015年中国金融保险品牌网络广告投放规模月度变化趋势图 273

图表 128 2015年中国金融保险行业品牌网络广告投放分布图 274

图表 129 2009-2015年中国电信主营业务收入变化趋势图 275

图表 130 2009-2015年中国固定电话用户净增量走势图 276

图表 131 2009-2015年中国移动电话用户净增量走势图 276

图表 132 2009-2015年中国固定互联网用户净增量走势图 277

图表 133 2015年中国通讯行业品牌网络广告投放TOP10广告主统计 277

图表 134 2011-2015年中国通讯行业品牌网络广告投放规模月度变化趋势图 278

图表 135 2014中国通讯行业品牌网络广告投放前十统计 279

图表 136 2009-2015年中国IT行业网络广告市场规模变化趋势图 280

图表 137 2011-2015年中国IT产品行业网络广告投放天次及广告主数量统计 280

图表 138 2011-2015年中国IT产品行业网络广告投放费用季度变化趋势图 281

图表 139 2011-2015年中国服装服饰行业品牌网络广告投放规模月度变化趋势图 281

图表 140 2015年中国服装服饰品牌网络广告投放分布图 282

图表 141 2014中国服装服饰行业品牌网络广告投放前二十统计 282

图表 142 2011-2015年中国消费电子品牌网络广告投放费用变化趋势图 283

图表 143 2015年中国消费电子品牌网络广告费用前十统计 284

图表 144 2015年中国消费电子品牌网络广告投放媒体类别统计 284

图表 145 2011-2015年中国化妆品及卫生用品行业品牌网络广告投放规模月度变化趋势图 285

图表 146 2015年中国化妆品及卫生用品行业品牌网络广告投放分布图 286

图表 147 2015年中国化妆品及卫生用品行业品牌网络广告投放TOP20统计 286

图表 148 2016-2022年全球网络广告市场规模预测趋势图 294

图表 149 2016-2022年中国网络广告市场规模预测趋势图 294

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R03/R0305/201601/05-194930.html>