

# 2018-2024年中国手机广告 行业市场调研与发展趋势预测报告

## 报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制  
[www.chinairr.org](http://www.chinairr.org)

## 一、报告报价

《2018-2024年中国手机广告行业市场调研与发展趋势预测报告》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/R09/R0905/201808/16-270783.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](mailto: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

报告目录：

第一部分 手机广告行业发展现状

第一章 手机广告行业发展概述

第一节 广告简介

一、广告的概念

二、广告的本质特点和要素

三、广告的分类和主要形式

四、广告媒体简介

第二节 手机广告

一、手机广告的概念

二、手机广告的划分

三、手机广告的主要功能

四、手机广告媒体

五、手机广告的特征

第二章 国外广告行业发展分析

第一节 世界广告行业发展概况

一、2015-2017年全球广告经营状况

二、2016年世界广告业排名状况分析

三、2016年世界广告业发展状况

第二节 2016年世界广告业发展状况分析

一、2016年世界广告业发展规模分析

二、2016年世界广告业发展特点分析

三、2016年世界广告发展存在的问题

四、2016年世界广告企业竞争分析

第三节 全球广告市场分析

一、全球广告市场格局分析

二、2016年戛纳广告节的开展情况

三、2016年全球广告支出情况分析

四、2016年全球互联网广告开支额

五、2016年经济风暴对广告行业的冲击

六、2015-2017年中国对全球广告市场的贡献

#### 第四节 2018-2024年世界广告业发展趋势分析

一、世界广告发展新趋势变化

二、虚拟世界广告发展前景分析

三、2016年全球广告支出增长预测

四、2015-2017年全球广告预算情况

五、2018-2024年广告行业发展前景

### 第三章 世界手机广告业发展分析

#### 第一节 2016年世界手机广告业发展分析

一、2016年美国手机广告业发展分析

二、2016年日本手机广告业发展分析

三、2016年俄罗斯手机广告业发展分析

#### 第二节 2016年世界手机广告市场需求分析

一、2016年世界手机广告市场需求量分析

二、2016年世界手机广告策划分析

三、2016年国外企业进军中国市场情况

四、2016年世界手机广告业竞争分析

#### 第三节 2018-2024年世界手机广告市场发展趋势分析

### 第四章 我国广告行业发展现状

#### 第一节 中国广告行业综合状况分析

一、中国本土广告业发展现状

二、中国广告产业在外资重压下发展

三、中国本土广告公司的SWOT分析

四、国家政策促进广告业发展

#### 第二节 我国广告市场发展分析

一、2015-2017年中国广告发展现状

二、2016年内地广告市场规模分析

三、2016年中国广告市场价值分析

四、2016年中国广告市场的投放额

五、2016年广告行业人才供求情况

六、2016年广告市场面临的挑战

### 第三节 我国广告市场规范情况

一、2016年中国查处广告违法案件情况

二、2016年广告业存在的主要问题探讨

三、2016年中国广告行业新的自律规则

四、2016年广告行业结盟维护创意版权

## 第五章 我国手机广告行业发展分析

### 第一节 中国手机广告行业概况

一、中国手机广告发展历程

二、中国手机广告的产品类别

三、中国的手机广告产业的整合分析

四、跨行业合作形势下手机广告的优势

### 第二节 中国手机广告市场发展现状

一、手机广告的投放特点

二、手机广告对用户消费的影响

三、手机广告发展形式分析

四、手机广告规范情况分析

### 第三节 手机广告市场空间分析

一、2016年中国手机广告市场规模

二、2016年高校手机广告市场规模

三、2016年手机广告市场规模预测

### 第四节 中国手机广告的相关政策分析

一、法律因素在手机广告发展中的作用

二、手机广告在高速发展中趋于健全规范

三、手机广告规范与发展的法律策略分析

## 第六章 中国手机广告受众及投放分析

### 第一节 手机广告的投放原因及特点

一、投放手机广告的原因

二、手机广告在广告媒体中的地位

三、手机广告接受度情况分析

四、制约手机广告发展的瓶颈

## 第二节 手机广告受众分析

一、受众接触手机广告的黄金时间

二、受众最感兴趣的广告形式

三、受众最感兴趣的广告内容

## 第三节 影响手机广告投放的要素分析

一、影响手机广告投放宏观因素分析

二、吸引受众的最重要的要素

三、消费热点决定记忆程度

# 第七章 手机广告主要形式发展分析

## 第一节 PUSH类广告

一、PUSH类广告的介绍

二、PUSH类广告的优势

三、PUSH类广告的关注度

四、2015-2017年PUSH类广告发展分析

## 第二节 WAP类广告

一、WAP类广告的介绍

二、WAP类广告的优势

三、WAP类广告的关注度

四、2015-2017年WAP类广告发展分析

## 第三节 业务嵌入类广告发展分析

一、业务嵌入类广告的介绍

二、业务嵌入类广告的优势

三、业务嵌入类广告的关注度

四、2015-2017年业务嵌入类广告发展分析

## 第四节 语音类广告发展分析

一、语音类广告的介绍

二、语音类广告的优势

三、语音类广告的关注度

四、2015-2017年语音类广告发展分析

## 第五节 小区广播类广告发展分析

### 一、小区广播类广告的介绍

### 二、小区广播类广告的优势

### 三、小区广播类广告的关注度

### 四、2015-2017年小区广播类广告发展分析

## 第六节 终端内置类广告发展分析

### 一、终端内置类广告的介绍

### 二、终端内置类广告的优势

### 三、终端内置类广告的关注度

### 四、2015-2017年终端内置类广告发展分析

## 第七节 搜索类广告发展分析

### 一、搜索类广告的介绍

### 二、搜索类广告的优势

### 三、搜索类广告的关注度

### 四、2015-2017年搜索类广告发展分析

## 第二部分 手机广告行业竞争格局

## 第八章 手机广告区域市场竞争力比较

### 第一节 北京

#### 一、2009年北京奥运手机广告全面启动

#### 二、2016年北京各大重要行业手机广告发展分析

#### 三、2016年北京手机广告业发展存在的问题分析

#### 四、2016年北京手机广告业发展情况分析

### 第二节 上海

#### 一、2010上海市手机广告业发展特点分析

#### 二、2016年上海手机广告业的效益优势分析

#### 三、2016年手机广告公司经营状况及策略分析

#### 四、2016年上海手机广告业发展情况分析

### 第三节 广东

#### 一、2016年手机广告业发展阶段分析

#### 二、2016年手机广告业发展状况综合分析

#### 三、2016年手机广告业竞争状况分析

## 四、2016年广东手机广告业发展分析

## 第九章 中国手机广告市场竞争分析

### 第一节 2016年中国各种广告形式市场竞争综合分析

- 一、2016年互联网与传统广告行业竞合分析
- 二、2016年谷歌微软对传统广告公司的压力
- 三、2016年中国广告业界软硬广告竞争分析
- 四、2015-2017年央视重点时段广告竞争分析
- 五、2015-2017年移动广告行业竞争形势分析

### 第二节 2016年中国手机广告业竞争状况分析

- 一、2016年中国手机广告品牌竞争分析
- 二、2016年中国手机广告价格竞争分析
- 三、2016年中国手机广告竞争战略分析

## 第九章 手机广告企业竞争策略分析

### 第一节 手机广告市场竞争策略分析

- 一、2016年手机广告市场增长潜力分析
- 二、2016年手机广告主要潜力品种分析
- 三、现有手机广告产品竞争策略分析
- 四、潜力手机广告品种竞争策略选择
- 五、典型企业产品竞争策略分析

### 第二节 手机广告企业竞争策略分析

- 一、金融危机对手机广告行业竞争格局的影响
- 二、金融危机后手机广告行业竞争格局的变化
- 三、2018-2024年我国手机广告市场竞争趋势
- 四、2018-2024年手机广告行业竞争格局展望
- 五、2018-2024年手机广告行业竞争策略分析
- 六、2018-2024年手机广告企业竞争策略分析

## 第十章 手机广告重点企业竞争分析

### 第一节 分众无线

- 一、企业概况



## 二、竞争优势分析

## 三、2015-2017年经营状况

## 四、2018-2024年发展战略

### 第二节 飞拓无限

#### 一、企业概况

#### 二、竞争优势分析

#### 三、2015-2017年经营状况

#### 四、2018-2024年发展战略

### 第三节 亿动传媒

#### 一、企业概况

#### 二、竞争优势分析

#### 三、2015-2017年经营状况

#### 四、2018-2024年发展战略

### 第四节 上海聚君

#### 一、企业概况

#### 二、竞争优势分析

#### 三、2015-2017年经营状况

#### 四、2018-2024年发展战略

### 第五节 魅媒网

#### 一、企业概况

#### 二、竞争优势分析

#### 三、2015-2017年经营状况

#### 四、2018-2024年发展战略

### 第六节 移动运营商

#### 一、2015-2017年中国电信手机广告业务发展分析

#### 二、2015-2017年中国移动手机广告业务发展分析

#### 三、2015-2017年中国联通手机广告业务发展分析

## 第三部分 手机广告行业前景预测

### 第十一章 手机广告行业发展趋势分析

#### 第一节 中国广告行业发展趋势分析

##### 一、中国广告业发展新动向

- 二、2016年中国广告市场趋势解析
- 三、2018-2024年中国广告行业发展前景
- 四、2015-2017年中国对全球广告市场的推动
- 五、2016年中国广告市场发展与新媒体趋势

## 第二节 中国手机广告市场趋势前景分析

- 一、中国手机广告市场发展前景
- 二、中国手机广告市场潜力分析
- 三、中国手机广告发展趋势分析

## 第十二章 未来手机广告行业发展预测

### 第一节 2018-2024年国际手机广告市场预测

- 一、2018-2024年全球手机广告行业供给预测
- 二、2018-2024年全球手机广告市场需求前景
- 三、2018-2024年全球手机广告市场价格预测

### 第二节 2018-2024年国内手机广告市场预测

- 一、2018-2024年国内手机广告行业供给预测
- 二、2018-2024年国内手机广告行业规模预测
- 三、2018-2024年国内手机广告市场需求前景
- 四、2018-2024年国内手机广告市场价格预测
- 五、2018-2024年国内手机广告行业集中度预测

## 第四部分 手机广告行业投资战略研究

### 第十三章 手机广告行业投资现状分析

#### 第一节 2016年手机广告行业投资情况分析

- 一、2016年总体投资及结构
- 二、2016年投资规模情况
- 三、2016年投资增速情况
- 四、2016年分行业投资分析
- 五、2016年分地区投资分析
- 六、2016年外商投资情况

#### 第二节 2016年手机广告行业投资情况分析

- 一、2016年总体投资及结构

- 二、2016年投资规模情况
- 三、2016年投资增速情况
- 四、2016年分行业投资分析
- 五、2016年分地区投资分析
- 六、2016年外商投资情况

## 第十四章 手机广告行业投资环境分析

### 第一节 经济发展环境分析

- 一、2015-2017年我国宏观经济运行情况
- 二、2018-2024年我国宏观经济形势分析
- 三、2018-2024年投资趋势及其影响预测

### 第二节 政策法规环境分析

- 一、2016年手机广告行业政策环境
- 二、2016年国内宏观政策对其影响
- 三、2016年行业产业政策对其影响

### 第三节 社会发展环境分析

- 一、国内社会环境发展现状
- 二、2016年社会环境发展分析
- 三、2018-2024年社会环境对行业的影响分析

## 第十五章 手机广告行业投资机会与风险

### 第一节 手机广告行业投资效益分析

- 一、2015-2017年手机广告行业投资状况分析
- 二、2018-2024年手机广告行业投资效益分析
- 三、2018-2024年手机广告行业投资趋势预测
- 四、2018-2024年手机广告行业的投资方向
- 五、2018-2024年手机广告行业投资的建议
- 六、新进入者应注意的障碍因素分析

### 第二节 影响手机广告行业发展的主要因素

- 一、2018-2024年影响手机广告行业运行的有利因素分析
- 二、2018-2024年影响手机广告行业运行的稳定因素分析
- 三、2018-2024年影响手机广告行业运行的不利因素分析

四、2018-2024年我国手机广告行业发展面临的挑战分析

五、2018-2024年我国手机广告行业发展面临的机遇分析

### 第三节 手机广告行业投资风险及控制策略分析

一、2018-2024年手机广告行业市场风险及控制策略

二、2018-2024年手机广告行业政策风险及控制策略

三、2018-2024年手机广告行业经营风险及控制策略

四、2018-2024年手机广告行业技术风险及控制策略

五、2018-2024年手机广告同业竞争风险及控制策略

六、2018-2024年手机广告行业其他风险及控制策略

## 第十六章 手机广告行业投资战略研究（ZYPX）

### 第一节 手机广告行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

### 第二节 对我国手机广告品牌的战略思考

一、企业品牌的重要性

二、手机广告实施品牌战略的意义

三、手机广告企业品牌的现状分析

四、我国手机广告企业的品牌战略

五、手机广告品牌战略管理的策略

### 第三节 手机广告行业投资战略研究

一、2016年广告行业投资战略

二、2016年我国手机广告行业投资战略

三、2018-2024年手机广告行业投资战略

四、2018-2024年细分行业投资战略

图表目录：

图表：2016年全球四大广告集团市场份额

图表：全球主流媒体广告支出预测（报纸、杂志、电视、广播、电影、户外、互联网）

图表：2015-2017年间全球10大广告支出国的市场份额增长速度

图表：2016年美国各类互联网广告收入比例

图表：中国历年主要行业网络广告支出

图表：2016年全球广告公司收入排名

图表：MOTO手机广告演变过程

图表：消费者手机品牌选择的敏感度演变过程

图表：2015-2017年全球手机信息收入规模及增长情况

图表：2015-2017年全球GPS手机出货量统计和预测

图表：2015-2017年西欧地区手机付费广告市场收入

图表：2015-2017年美国手机银行用户规模及增长率

图表：2015-2017年中国手机市场规模变化

图表：2015-2017年中国手机市场销量及增长预测

图表：2016年手机渠道变化趋势

图表：2016年中国市场最受用户关注的15大手机品牌分布

图表：2016年主流品牌关注比例波动幅度对比

图表：2016年中国七大区域手机市场关注比例分布

图表：2016年七大区域手机市场关注比例走势对比

图表：2015-2017年手机品牌区域格局

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R09/R0905/201808/16-270783.html>