

# 2016-2022年中国无线广告 市场监测及投资机遇预测报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2016-2022年中国无线广告市场监测及投资机遇预测报告》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.cction.com/report/201511/127441.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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：

### 第一章全球无线广告行业市场发展状况分析

1.1无线广告的定义范畴

1.22016-2022年全球无线广告的发展状况

1.32016-2022年全球经济中中国经济形势分析

1.42016-2022年全球无线广告规模的发展及预测

1.52016-2022年全球无线广告行业价值链环境

1.62016-2022年全球无线广告典型商业模式

1.72016-2022年全球无线广告形式特征分析

### 第二章中国无线广告市场发展趋势分析

2.12016-2022年中国无线广告的产业链构成

2.22016-2022年中国无线广告的发展现状

2.32016-2022年中国无线广告商业模式和特点

2.42016-2022年4G产业对中国无线广告市场发展的影响

2.52016-2022年中国无线广告模式占比份额结构

2.62016-2022年中国手机广告效果现状

2.72016-2022年中国手机广告效果评估分析

2.8手机广告的发展前景和发展阻力分析

### 第三章中国无线广告市场行业定性发展趋势分析

3.12016-2022年中国无线广告行业面临的几大问题

3.22016-2022年中国无线广告行业迎来的挑战

3.3中国无线广告市场未来发展的主要推动因素分析

3.42016-2022年中国运营商的无线广告业探讨

3.52016-2022年中国无线广告企业的盈利模式

3.6中国无线广告市场与全球国际市场的对比分析

### 第四章中国无线广告产业环境分析

- 4.12016-2022年中国无线广告的社会环境
- 4.22016-2022年宏观环境对中国无线广告市场的影响
- 4.32016-2022年中国智能终端与移动互联网规模调查
- 4.3.12016-2022年中国智能手机的发展规模
- 4.3.22016-2022年中国移动互联网规模的发展
- 4.42016-2022年中国无线广告规模的发展及预测

## 第五章中国无线广告市场状况调查分析

- 5.12016-2022年中国手机网页广告市场规模
- 5.22016-2022年中国手机客户端广告市场规模
- 5.32016-2022年中国短信/彩信类广告市场规模
- 5.42016-2022年中国手机报刊广告市场规模
- 5.52016-2022年中国无线广告互动营销市场规模

## 第六章中国无线广告受众行为调查分析

- 6.1中国无线广告受众的手机使用状况分析
- 6.1.12016-2022年中国无线广告受众手机类型调查
- 6.1.22016-2022年中国无线广告受众基本网络行为(除语音/短信)
- 6.1.32016-2022年中国无线广告受众手机上网频率调查
- 6.1.42016-2022年中国无线广告受众内容搜索调查
- 6.22016-2022年中国无线广告在手机客户端中的效果情况
- 6.2.12016-2022年中国网民无线广告接触情况调查
- 6.2.22016-2022年中国无线广告受众点击手机客户端广告原因
- 6.32016-2022年中国手机网民手机广告了解渠道分析
- 6.42016-2022年中国无线广告主满意度调查
- 6.52016-2022年中国手机网民短信类广告处理方式调查
- 6.62016-2022年中国无线广告受众无线广告观后感调查
- 6.72016-2022年中国手机网民遭遇手机客户端广告陷阱调查
- 6.82016-2022年中国手机网民遭遇短信广告类陷阱调查
- 6.92016-2022年中国手机网民无线广告类型认知调查

## 第七章中国无线广告主行为调查分析

- 7.12016-2022年中国无线广告主首选代理联盟平台要求
- 7.22016-2022年中国无线广告主首选代理平台首选原因分析
- 7.32016-2022年中国品牌广告商首选无线广告媒介类型调查
- 7.42016-2022年中国品牌广告商首选手机客户端媒介原因调查
- 7.52016-2022年中国最热衷手机客户端类广告投放行业调查
- 7.62016-2022年中国最热衷短信类广告投放行业调查

## 第八章中国无线广告受众行为状况调查分析

- 8.12016-2022年中国手机广告代理市场占有率调查
- 8.22016-2022年中国无线广告受众区域分布状况调查
- 8.32016-2022年中国无线广告受众学历水平分布状况调查
- 8.42016-2022年中国无线广告受众职业分布状况调查
- 8.52016-2022年中国无线广告受众年龄结构调查
- 8.62016-2022年中国无线广告受众性别结构调查
- 8.72016-2022年中国无线广告受众月收入范围调查
- 8.82016-2022年中国无线广告受众家庭月总收入范围

## 第九章2016-2022年全球国际无线广告市场概况简析

- 9.1美国无线广告市场发展状况简析
- 9.2韩国无线广告市场发展状况简析
- 9.3日本无线广告市场发展状况简析
- 9.4印度无线广告市场发展状况简析
- 9.5中国无线广告市场发展状况简析

## 第十章中国无线广告主关注广告运营企业运作模式

- 10.1AdMob
- 10.2有米广告
- 10.3哇棒 ( wooboo )
- 10.4亿动广告传媒 ( Madhouse )
- 10.5架势 ( casee )
- 10.6多盟智胜
- 10.7淘告广告

## 10.8指点传媒

图表目录：

图1.22006-2014全球无线广告市场规模状况

图1.42016-2022年全球无线广告市场规模

图1.5无线广告行业价值链分析

表1.6手机广告的商业运作模式

表1.7无线广告的形式及其功能

表2.3中国无线广告商业模式及特点

图2.52016-2022年中国无线广告份额结构

图4.1影响中国无线广告的社会环境因素分析

图4.3.12016-2022年中国智能手机的发展规模

图4.3.22016-2022年中国移动互联网发展规模

图4.42016-2022年中国无线广告规模的发展及预测

图5.12016-2022年中国手机网页广告市场规模

图5.22016-2022年中国手机客户端广告市场规模

图5.32016-2022年中国短信/彩信类广告市场规模

图5.42016-2022年中国手机报刊广告市场规模

图5.52016-2022年中国无线广告互动营销市场规模

图6.1.12016-2022年中国无线广告受众手机类型调查

图6.1.22016-2022年中国无线广告受众基本网络行为(除语音/短信)

图6.1.32016-2022年中国无线广告受众手机上网频率调查

图6.1.42016-2022年中国无线广告受众内容搜索调查

图6.2.12016-2022年中国网民无线广告接触情况调查

图6.2.22016-2022年中国无线广告受众点击手机客户端广告原因

图6.32016-2022年中国手机网民手机广告了解渠道分析

图6.42016-2022年中国无线广告主满意度调查

图6.52016-2022年中国手机网民短信类广告处理方式调查

图6.62016-2022年中国无线广告受众无线广告观后感调查

图6.72016-2022年中国手机网民遭遇手机客户端广告陷阱调查

图6.82016-2022年中国手机网民遭遇短信广告类陷阱调查

图6.92016-2022年中国手机网民手机广告类型认知调查

图7.12016-2022年中国无线广告主首选代理联盟平台要求  
图7.22016-2022年中国无线广告主首选代理平台首选原因分析  
图7.32016-2022年中国品牌广告商首选无线广告媒介类型调查  
图7.42016-2022年中国品牌广告商首选手机客户端媒介原因调查  
图7.52016-2022年中国最热衷手机客户端类广告投放行业调查  
图7.62016-2022年中国最热衷短信类广告投放行业调查  
图8.12016-2022年中国手机广告代理市场占有率调查  
图8.22016-2022年中国无线广告受众区域分布状况调查  
图8.32016-2022年中国无线广告受众学历水平分布状况调查  
图8.42016-2022年中国无线广告受众职业分布状况调查  
图8.52016-2022年中国无线广告受众年龄结构调查  
图8.62016-2022年中国无线广告受众性别结构调查  
图8.72016-2022年中国无线广告受众月收入范围调查  
图8.82016-2022年中国无线广告受众家庭月总收入范围  
图10.12016-2022年AdMob广告请求增长速度状况  
图10.7.1淘告广告运营模式分析  
图10.8指点传媒运营模式分析

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201511/127441.html>