

2020-2026年中国互联网广告行业分析与产业竞争格局报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2020-2026年中国互联网广告行业分析与产业竞争格局报告》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/202005/163886.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

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。

2017年互联网广告花费同比上涨12.4%，2016年同比上涨18.5%，下降6.1%。经历快速成长期后，互联网人口红利消失、流量入口集中化趋于集中化，互联网巨头大力发展付费会员业务挤出广告预算，驱动互联网广告进入稳定发展期。互联网媒介广告增长持续放缓2012-2019年中国互联网广告及移动广告市场规模增长率

中企顾问网发布的《2020-2026年中国互联网广告行业分析与产业竞争格局报告》共十三章。首先介绍了中国互联网广告行业市场发展环境、互联网广告整体运行态势等，接着分析了中国互联网广告行业市场运行的现状，然后介绍了互联网广告市场竞争格局。随后，报告对互联网广告做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国互联网广告行业发展趋势与投资预测。您若想对互联网广告产业有个系统的了解或者想投资中国互联网广告行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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：

第一部分产业环境透视

第一章 互联网广告相关概述

第一节 网络广告的定义及起源

一、网络广告的定义

二、网络广告的特点

三、网络广告的价值

第二节 互联网广告模式

- 一、传统展示广告模式
- 二、即时信息（IM）广告模式
- 三、窄告网广告模式
- 四、网络视频广告模式
- 五、富媒体（Rich Media）广告
- 六、搜索引擎广告
- 七、电子邮件广告模式

第三节 网络广告其它相关介绍

- 一、网络广告的主要形式
- 二、网络广告评估的方法
- 三、网络广告的计费方式

第二章 中国互联网广告行业发展环境分析

第一节 互联网广告行业政治法律环境

- 一、行业管理体制分析
- 二、行业主要法律法规
- 三、互联网广告行业标准
- 四、行业相关发展规划
- 五、政策环境对行业的影响

第二节 行业经济环境分析

- 一、宏观经济形势分析
- 二、宏观经济环境对行业的影响分析

第三节 行业社会环境分析

- 一、互联网广告产业社会环境
- 二、社会环境对行业的影响
- 三、互联网广告产业发展对社会发展的影响

第四节 行业技术环境分析

- 一、行业技术发展水平分析
- 二、互联网广告技术发展趋势分析
- 三、技术环境对行业的影响

第三章国际互联网广告行业发展分析及经验借鉴

第一节 全球互联网广告市场总体情况分析

一、全球互联网广告行业的发展特点

二、全球互联网广告市场结构

三、全球互联网广告行业发展分析

四、全球互联网广告行业竞争格局

五、全球互联网广告市场区域分布

第二节 美国互联网广告行业发展经验借鉴

一、美国互联网广告行业发展历程分析

二、美国互联网广告行业运营模式分析

三、美国互联网广告行业发展趋势预测

四、美国互联网广告行业对中国的启示

第三节 日本互联网广告行业发展经验借鉴

一、日本互联网广告行业发展历程分析

二、日本互联网广告行业运营模式分析

三、日本互联网广告行业发展趋势预测

四、日本互联网广告行业对中国的启示

第四节 英国互联网广告行业发展经验借鉴

一、英国互联网广告行业发展历程分析

二、英国互联网广告行业运营模式分析

三、英国互联网广告行业发展趋势预测

四、英国互联网广告行业对中国的启示

第二部分市场深度调研

第四章互联网产业发展状况

第一节 世界互联网产业分析

一、2019年全球互联网行业分析

二、2019年全球互联网行业动态

三、世界各国互联网管理概况

第二节 中国互联网产业综述

一、互联网行业在国民经济中的地位

二、“十三五”以来我国互联网发展综合分析

三、我国互联网行业发展的特点

四、我国互联网行业规模和结构分析

第三节 中国互联网行业用户分析

一、我国互联网用户规模

二、我国互联网用户分布状况

三、我国互联网用户结构特征分析

第四节 中国互联网行业竞争状况

一、我国互联网行业集中度分析

二、我国互联网行业的进入与退出壁垒分析

三、我国互联网行业竞争结构分析

四、我国互联网行业生命周期分析

第五节 中国互联网行业投融资状况分析

一、我国互联网行业资金渠道分析

二、我国互联网行业投资分析

三、我国移动互联网投资状况

四、我国互联网并购状况

第五章 中国互联网广告行业综合分析

第一节 中国网络广告行业综述

一、互联网广告的发展阶段分析

二、我国网络广告市场发展的特点

三、我国网络广告消费群体分析

第二节 中国网络广告市场的发展

一、2019年中国网络广告市场规模分析

二、2019年中国网络广告市场结构分析

三、2019年我国网络广告运行现状

第三节 网络广告精准营销分析

一、精准营销的优势

二、网络广告精准营销表现形式及其有效性

三、网络广告精准营销的缺陷

四、网络广告精准营销策略

第四节 互联网广告行业发展面临的挑战

- 一、我国互联网广告发展中的问题
 - 二、我国网络广告发展存在的不足
 - 三、制约中国网络广告发展的瓶颈
- 第五节 互联网广告行业发展对策
- 一、互联网广告行业发展建议
 - 二、我国网络广告发展的对策
 - 三、提升互联网广告投放绩效的关键

第六章 视频广告市场分析

第一节 富媒体广告分析

- 一、富媒体广告发展相关概述
- 二、富媒体广告发展综述
- 三、富媒体广告综合表现力良好
- 四、富媒体广告发展存在的问题

第二节 视频广告市场发展综述

- 一、全球视频广告市场现状分析
- 二、视频广告影响力日益加大
- 三、在线视频广告竞争力上升

第三节 中国网络视频广告收入分析

- 一、2019年中国网络视频广告收入总额分析
- 二、2019年中国网络视频广告收入占比分析
- 三、2019年中国网络视频广告收入结构分析

第四节 主要视频网广告发展动态

- 一、YouTube积极发展视频广告业务
- 二、Hulu将调整视频广告业务模式
- 三、优酷土豆启动统一广告投放系统
- 四、酷6推出新型视频广告投放模式

第五节 视频广告发展的问题及对策

- 一、视频广告发展需解决的问题
- 二、视频广告仍面临盈利压力
- 三、视频广告发展五大问题尚待解决
- 四、视频广告的传播策略分析

第六节 视频广告前景展望

- 一、视频广告市场前景看好
- 二、2019年视频广告行业发展预测
- 三、在线视频广告收入将超电视广告

第七章 搜索广告市场分析

第一节 搜索广告发展概况

- 一、搜索广告市场发展态势分析
- 二、付费搜索广告市场大受欢迎
- 三、平板领域付费搜索广告增长迅速
- 四、搜索引擎广告付费收录模式分析

第二节 中国搜索广告市场的发展

- 一、2019年中国搜索广告市场规模分析
- 二、2019年中国搜索广告市场结构分析
- 三、2019年中国搜索广告市场占比分析

第三节 重点企业搜索广告业务发展状况

- 一、搜索广告市场重点企业竞争激烈
- 二、百度搜索广告业务发展现状
- 三、谷歌搜索广告收入占比高
- 四、雅虎搜索广告营收增长情况
- 五、易查推出移动搜索关键词广告业务
- 六、腾讯搜索发力无线搜索广告市场

第八章 网络游戏广告市场分析

第一节 网络游戏广告发展探析

- 一、网络游戏成为广告载体的原因
- 二、网络游戏广告发展的优势
- 三、中国网络游戏广告市场规模
- 四、中国网络游戏广告市场特征

第二节 网络游戏内置广告相关概述

- 一、网络游戏植入式广告定义
- 二、网络游戏植入式广告优势

三、网络游戏植入式广告的植入模式

四、网游内置广告的技术实现方式

第三节 网络游戏内置广告发展分析

一、网络游戏植入广告市场剖析

二、网游植入广告市场呈现多元化发展

三、网络游戏内置广告市场面临发展机遇

四、游戏内置广告行业前景看好

第四节 网络游戏内置广告存在的问题及对策

一、网络游戏植入式广告存在的问题

二、网络游戏内置广告发展面临的困境

三、网络游戏内置广告现存的发展瓶颈及对策

四、网络游戏植入式广告的发展策略

五、网游内置广告需构建效果评估指标

第五节 网络游戏广告开发战略

一、网络游戏广告的4Ps策略

二、网络游戏广告的效果测量战略

第三部分 竞争格局分析

第九章 互联网广告市场竞争分析

第一节 网络广告与传统媒体广告的竞争

一、网络广告自适性优于传统媒体广告

二、全球网络广告超越传统媒体广告

三、中国网络广告首次超越传统媒体广告

四、网络广告增长速度超越传统媒体广告

第二节 网络广告市场竞争概况

一、限广令加剧网络广告市场竞争

二、中国互联网广告市场竞争态势分析

三、互联网广告市场竞争激烈

第三节 互联网巨头广告业务竞争状况

一、三大互联网巨头争夺移动广告市场份额

二、互联网巨头争占社交网络广告市场

三、微软、谷歌和雅虎争夺互联网显示广告市场

第十章中国互联网广告行业企业经营分析

第一节 分众传媒（中国）控股有限公司

- 一、企业基本情况介绍
- 二、企业广告业务分析
- 三、企业优势与劣势分析
- 四、企业经营战略分析

第二节 悠易互通（北京）广告有限公司

- 一、企业基本情况介绍
- 二、企业广告业务分析
- 三、企业优势与劣势分析
- 四、企业经营战略分析

第三节 珠海麒润网络科技有限公司

- 一、企业基本情况介绍
- 二、企业广告业务分析
- 三、企业优势与劣势分析
- 四、企业经营战略分析

第四节 华扬联众数字技术股份有限公司

- 一、企业基本情况介绍
- 二、企业广告业务分析
- 三、企业优势与劣势分析
- 四、企业经营战略分析

第五节 江苏丰泽互联网广告有限公司

- 一、企业基本情况介绍
- 二、企业广告业务分析
- 三、企业优势与劣势分析
- 四、企业经营战略分析

第六节 北京新意互动广告有限公司

- 一、企业基本情况介绍
- 二、企业广告业务分析
- 三、企业优势与劣势分析
- 四、企业经营战略分析

第七节 深圳豪客互联网有限公司

- 一、企业基本情况介绍
- 二、企业广告业务分析
- 三、企业优势与劣势分析
- 四、企业经营战略分析

第八节 北京仙果科技股份有限公司

- 一、企业基本情况介绍
- 二、企业广告业务分析
- 三、企业优势与劣势分析
- 四、企业经营战略分析

第九节 北京腾信创新网络营销技术股份有限公司

- 一、企业基本情况介绍
- 二、企业广告业务分析
- 三、企业优势与劣势分析
- 四、企业经营战略分析

第十节 电通数码（北京）广告有限公司

- 一、企业基本情况介绍
- 二、企业广告业务分析
- 三、企业优势与劣势分析
- 四、企业经营战略分析

第四部分发展前景展望

第十一章 2020-2026年互联网广告行业前景及趋势预测

第一节 2020-2026年互联网广告市场发展前景

- 一、互联网广告市场发展潜力
- 二、互联网广告市场发展前景展望
- 三、互联网广告细分行业发展前景分析

第二节 2020-2026年互联网广告市场发展趋势预测

- 一、互联网广告行业发展趋势分析
 - 1、技术发展趋势分析
 - 2、产品发展趋势分析
- 二、互联网广告行业市场规模预测

- 1、互联网广告行业市场容量预测
- 2、互联网广告行业销售收入预测
- 三、互联网广告行业细分市场发展趋势预测

第三节 影响企业生产与经营的关键趋势

- 一、市场整合成长趋势
- 二、需求变化趋势及新的商业机遇预测
- 三、企业区域市场拓展的趋势
- 四、科研开发趋势及替代技术进展
- 五、影响企业销售与服务方式的关键趋势

第十二章 2020-2026年互联网广告行业投资机会与风险防范

第一节 中国互联网广告行业投资特性分析

- 一、互联网广告行业进入壁垒分析
- 二、互联网广告行业盈利模式分析
- 三、互联网广告行业盈利因素分析

第二节 中国互联网广告行业投资情况分析

- 一、互联网广告行业总体投资及结构
- 二、互联网广告行业投资规模情况
- 三、互联网广告行业投资项目分析

第三节 中国互联网广告行业投资风险

- 一、互联网广告行业政策风险
- 二、互联网广告行业关联产业风险
- 三、互联网广告行业产品结构风险
- 四、互联网广告行业技术风险

第四节 互联网广告行业投资机会

- 一、产业链投资机会
- 二、细分市场投资机会
- 三、重点区域投资机会
- 四、互联网广告行业投资机遇

第十三章 研究结论及发展建议

第一节 互联网广告行业研究结论及建议

第二节 互联网广告子行业研究结论及建议

第三节 互联网广告行业发展建议

一、行业发展策略建议

二、行业投资方向建议

三、行业投资方式建议

图表目录：

图表：互联网广告行业生命周期

图表：互联网广告行业产业链结构

图表：2015-2019年中国互联网广告行业盈利能力分析

图表：2015-2019年中国互联网广告行业运营能力分析

图表：2015-2019年中国互联网广告行业偿债能力分析

图表：2015-2019年中国互联网广告行业发展能力分析

图表：2015-2019年中国互联网广告行业经营效益分析

图表：2015-2019年互联网广告行业利润总额分布

图表：2015-2019年互联网广告行业从业人员分布

图表：2015-2019年互联网广告行业销售收入分布

图表：2015-2019年互联网广告行业资产总额分布

图表：2015-2019年互联网广告行业企业数量分布

图表：2015-2019年中国互联网广告行业市场规模

图表：2015-2019年互联网广告行业主营业务收入

图表：2020-2026年互联网广告行业市场规模预测

图表：2020-2026年互联网广告行业销售收入预测

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202005/163886.html>