

2020-2026年中国在线广告 市场评估与投资战略研究报告

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年中国在线广告市场评估与投资战略研究报告》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.cction.com/report/202008/182548.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

在线广告始于1994年，当时《热线》Hot Wired，即技术新潮类《在线》Wired杂志的数字版本，开设了一家网站，大约有12个赞助商为安插在整个网站的旗帜广告缴纳费用。

中企顾问网发布的《2020-2026年中国在线广告市场评估与投资战略研究报告》共十五章。首先介绍了在线广告相关概念及发展环境，接着分析了中国在线广告规模及消费需求，然后对中国在线广告市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国在线广告面临的机遇及发展前景。您若想对中国在线广告有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将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 行业发展现状

第一章 在线广告行业发展概述

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 在线广告

一、在线广告的概念

二、在线广告的划分

三、在线广告的主要功能

四、在线广告媒体

五、在线广告的特征

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、2016-2019年全球广告经营状况

二、2016-2019年世界广告业排名状况分析

三、2016-2019年世界广告业发展状况

第二节 2016-2019年世界广告业发展状况分析

一、2016-2019年世界广告业发展规模分析

二、2016-2019年世界广告业发展特点分析

三、2016-2019年世界广告发展存在的问题

四、2016-2019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、2016-2019年戛纳广告节的开展情况

三、2016-2019年全球广告支出情况分析

四、2016-2019年全球在线广告开支额

五、2016-2019年欧债危机对广告行业的冲击

六、2016-2019年中国对全球广告市场的贡献

第四节 2020-2026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、在线广告发展前景分析

三、2019年全球广告支出增长预测

四、2016-2019年全球广告预算情况

五、2020-2026年广告行业发展前景

第三章 世界在线广告业发展分析

第一节 2016-2019年世界在线广告业发展分析

一、2016-2019年美国在线广告业发展分析

二、2016-2019年日本在线广告业发展分析

三、2016-2019年俄罗斯在线广告业发展分析

第二节 2016-2019年世界在线广告市场需求分析

一、2016-2019年世界在线广告市场需求量分析

二、2016-2019年世界在线广告策划分析

三、2016-2019年国外企业进军中国市场情况

四、2016-2019年世界在线广告业竞争分析

第三节 2020-2026年世界在线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、2016-2019年中国广告发展现状
- 二、2016-2019年内地广告市场规模分析
- 三、2016-2019年中国广告市场价值分析
- 四、2016-2019年中国广告市场的投放额
- 五、2019年广告行业人才供求情况
- 六、2019年广告市场面临的挑战

第三节 我国广告市场规范情况

- 一、2019年中国查处广告违法案件情况
- 二、2019年广告业存在的主要问题探讨
- 三、2019年中国广告行业新的自律规则
- 四、2019年广告行业结盟维护创意版权

第五章 我国在线广告行业发展分析

第一节 中国在线广告行业概况

- 一、中国在线广告发展历程
- 二、中国在线广告的产品类别
- 三、中国的在线广告产业的整合分析
- 四、跨行业合作形势下在线广告的优势

第二节 中国在线广告市场发展现状

- 一、在线广告的投放特点
- 二、在线广告对用户消费的影响
- 三、在线广告发展形式分析
- 四、在线广告规范情况分析

第三节 在线广告市场空间分析

- 一、2019年中国在线广告市场规模
- 二、2019年一线城市在线广告市场规模
- 二、2019年二、三线城市在线广告市场规模
- 三、2019年在线广告市场规模预测

第四节 中国在线广告的相关政策分析

- 一、法律因素在在线广告发展中的作用
- 二、在线广告在高速发展中趋于健全规范
- 三、在线广告规范与发展的法律策略分析

第六章 中国在线广告受众及投放分析

第一节 在线广告的投放原因及特点

- 一、投放在线广告的原因
- 二、在线广告在广告媒体中的地位
- 三、在线广告接受度情况分析
- 四、制约在线广告发展的瓶颈

第二节 在线广告受众分析

- 一、受众接触在线广告的黄金时间
- 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 影响在线广告投放的要素分析

- 一、影响在线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 在线广告行业产业链分析

第一节 产业链分析

- 一、行业经济特性
- 二、产业链结构分析

第二节 上下游产业发展对行业的影响分析

- 一、上游产业发展对该行业的影响
- 二、下游产业发展对该行业的影响
- 三、行业新动态及其对产业的影响

四、行业竞争状况及其对产业的意义

第二部分 行业竞争格局

第八章 中国在线广告市场竞争分析

第一节 2019年中国各种广告形式市场竞争综合分析

一、2019年在线广告与传统广告行业竞争分析

二、2019年新兴媒体对在线广告的影响

三、2019年中国广告业界软硬广告竞争分析

四、2016-2019年央视重点时段广告竞争分析

五、2016-2019年在线广告行业竞争形势分析

第二节 2019年中国在线广告业竞争状况分析

一、2019年中国在线广告品牌竞争分析

二、2019年中国在线广告价格竞争分析

三、2019年中国在线广告竞争战略分析

第九章 在线广告企业竞争策略分析

第一节 在线广告市场竞争策略分析

一、2019年在线广告市场增长潜力分析

二、2019年在线广告主要潜力品种分析

三、现有在线广告产品竞争策略分析

四、潜力在线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 在线广告企业竞争策略分析

一、欧债危机对在线广告行业竞争格局的影响

二、欧债危机后在线广告行业竞争格局的变化

三、2020-2026年我国在线广告市场竞争趋势

四、2020-2026年在线广告行业竞争格局展望

五、2020-2026年在线广告行业竞争策略分析

六、2020-2026年在线广告企业竞争策略分析

第十章 在线广告重点企业竞争分析

第一节 广东省广告有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、经营状况
- 四、发展战略

第二节 上海广告有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、经营状况
- 四、发展战略

第三节 昌荣传播机构

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、经营状况
- 四、发展战略

第四节 三人行广告有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、经营状况
- 四、发展战略

第五节 京维传凯普广告传播有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、经营状况
- 四、发展战略

第六节 文丰影视传媒

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、经营状况
- 四、发展战略

第三部分 行业前景预测

第十一章 在线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、2019年中国广告市场趋势解析
- 三、2020-2026年中国广告行业发展前景
- 四、2016-2019年中国对全球广告市场的推动
- 五、2019年中国广告市场发展与新媒体趋势

第二节 中国在线广告市场趋势前景分析

- 一、中国在线广告市场发展前景
- 二、中国在线广告市场潜力分析
- 三、中国在线广告发展趋势分析

第十二章 未来在线广告行业发展预测

第一节 2020-2026年国际在线广告市场预测

- 一、2020-2026年全球在线广告行业供给预测
- 二、2020-2026年全球在线广告市场需求前景
- 三、2020-2026年全球在线广告市场价格预测

第二节 2020-2026年国内在线广告市场预测

- 一、2020-2026年国内在线广告行业供给预测
- 二、2020-2026年国内在线广告行业规模预测
- 三、2020-2026年国内在线广告市场需求前景
- 四、2020-2026年国内在线广告市场价格预测
- 五、2020-2026年国内在线广告行业集中度预测

第四部分 投资战略研究

第十三章 在线广告行业投资环境分析

第一节 经济发展环境分析

- 一、2016-2019年我国宏观经济运行情况
- 二、2020-2026年我国宏观经济形势分析
- 三、2020-2026年投资趋势及其影响预测

第二节 政策法规环境分析

- 一、2019年在线广告行业政策环境
- 二、2019年国内宏观政策对其影响

三、2019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、2019年社会环境发展分析

三、2020-2026年社会环境对行业的影响分析

第十四章 在线广告行业投资机会与风险

第一节 在线广告行业投资效益分析

一、2016-2019年在线广告行业投资状况分析

二、2020-2026年在线广告行业投资效益分析

三、2020-2026年在线广告行业投资趋势预测

四、2020-2026年在线广告行业的投资方向

六、新进入者应注意的障碍因素分析

第二节 影响在线广告行业发展的主要因素

一、2020-2026年影响在线广告行业运行的有利因素分析

二、2020-2026年影响在线广告行业运行的稳定因素分析

三、2020-2026年影响在线广告行业运行的不利因素分析

四、2020-2026年我国在线广告行业发展面临的挑战分析

五、2020-2026年我国在线广告行业发展面临的机遇分析

第三节 在线广告行业投资风险及控制策略分析

一、2020-2026年在线广告行业市场风险及控制策略

二、2020-2026年在线广告行业政策风险及控制策略

三、2020-2026年在线广告行业经营风险及控制策略

四、2020-2026年在线广告行业技术风险及控制策略

五、2020-2026年在线广告同业竞争风险及控制策略

六、2020-2026年在线广告行业其他风险及控制策略

第十五章 在线广告行业投资战略研究（ ）

第一节 在线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 对我国在线广告品牌的战略思考

一、企业品牌的重要性

二、在线广告实施品牌战略的意义

三、在线广告企业品牌的现状分析

四、我国在线广告企业的品牌战略

五、在线广告品牌战略管理的策略

第三节 在线广告行业投资战略研究

一、2019年广告行业投资战略

二、2019年我国在线广告行业投资战略

三、2020-2026年在线广告行业投资战略

四、2020-2026年细分行业投资战略

图表目录：

图表 2019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

图表 2016-2019年间全球10大广告支出国的市场份额增长速度

图表 2019年美国在线广告收入比例

图表 中国历年主要行业在线广告支出

图表 2019年全球广告公司收入排名

图表 在线广告演变过程

图表 2019年主流品牌关注比例波动幅度对比

图表 2019年全球四大广告集团市场份额

图表 中国历年主要行业在线广告支出

图表 2019年全球广告公司收入排名

图表 2016-2019年美国广告市场规模增长趋势图

图表 2020-2026年美国在线广告市场规模及预测

图表 2016-2019年日本主要媒体广告市场规模

图表 2016-2019年日本主要媒体广告市场规模变动情况

图表 2016-2019年日本在线广告市场规模及预测

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202008/182548.html>