

# 2017-2022年中国网络广告产业发展态势及十三五 产业发展态势报告

报告大纲

观研报告网

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

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2017-2022年中国网络广告产业发展态势及十三五产业发展态势报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/guanggaochuanmei/274764274764.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

2015年中国网络广告市场规模为2093.7亿元，继续保持高速增长。随着网络广告市场发展不断成熟，未来三年的增速将趋于平稳，但仍将保持20%左右的增速水平，预计至2018年整体市场规模有望突破4000亿元。

2012-2018年中国网络广告市场规模及预测

2015年移动广告市场规模突破900亿元，同比增长高达178.3%，发展强劲。移动互联网的高速发展，为移动广告提供了巨大的发展空间，移动广告市场已经进入成熟发展阶段。预计到2018年中国移动广告市场规模将突破3000亿元。

2012-2018年中国移动广告市场规模及预测

数据显示，截至2015年12月，我国网民规模达6.9亿，全年共计新增网民3951万人，增长率为6.1%，较2014年提升1.1个百分点。我国互联网普及率达到50.3%，超过全球平均水平3.9个百分点，超过亚洲平均水平10.1个百分点。随着易转化人群规模的逐渐减少，人口红利逐步消失。我国非网民人群受自身群体特点、上网意愿及网络知识技能水平等限制，非网民的转化速度将进一步减缓。

2011-2015年中国网民规模与互联网普及率分布

中国报告网发布的《2017-2022年中国网络广告产业发展态势及十三五产业发展态势报告》内容严谨、数据翔实，更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展动向、市场前景、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资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。

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、网络广告优劣势比较

四、国际网络广告的起源

五、中国网络广告发展史

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（RichMedia）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、网络广告术语解释

四、网络广告的计费方式

第二章2016年中国互联网产业发展概况分析

第一节2016年世界互联网产业总体形势分析

一、全球互联网发展数据统计

二、2016年全球网购交易规模分析

三、全球互联网IP地址总库宣告枯竭

四、亚太地区移动互联网用户规模分析

五、2014-2016年美国互联网行业运行情况

第二节2016年中国互联网产业营运情况分析

一、中国互联网产业发展进入新的阶段

二、2016年中国互联网产业经济发展特点

三、2016年中国网民规模及互联网普及情况

四、2016年中国互联网基础资源情况分析

五、2016年中国整体互联网应用状况分析

六、2016年中国互联网产业经济运行情况

第三节2016年中国移动互联网产业发展现状

一、2016年中国移动互联网产业热点剖析

二、2016年中国移动互联网市场运行情况

三、2016年中国移动互联网网民规模情况

四、2016年中国移动互联网市场运行情况

五、2016年移动即时通讯互联网应用状况

六、2016年移动互联网产业迎来投资热潮

第四节下一代互联网

一、中国下一代互联网发展概况

二、IPv6在下一代互联网中的应用

三、下一代互联网商业化过渡深度剖析

四、下一代互联网发展路径思考

第五节2016年中国互联网产业发展的问题对策分析

一、中国互联网产业发展中的短板

二、中国互联网信息安全问题剖析

三、互联网行业发展的版权问题

四、中国互联网产业发展对策

第三章2016年世界互联网广告市场运行局势分析

第一节2016年世界互联网广告市场概述

一、2014-2016年全球广告市场规模统计

二、2014-2016年全球广告市场区域市场分析

三、2014-2016年全球互联网广告市场规模

四、2014-2016年全球互联网广告市场结构

五、2016年全球互联网广告支出简述

六、2016年全球社交网络广告市场分析

第二节美国

一、2016年美国网络广告市场规模分析

二、2016年美国网络广告市场分析

三、2016年美国网络广告市场结构分析

四、2016年美国互联网广告发放形式分析

五、2016年美国互联网广告付费方式分析

六、2016年美国社交网络广告市场规模统计

第三节英国

一、2016年英国网络营销市场发展分析

二、英国网络广告市场支出情况

三、英国网络广告发展走势分析

第四节法国

一、法国网络广告市场回顾

二、法国网络广告收入分析

三、法国对互联网广告收入征税

## 第五节日本

- 一、日本网络广告市场回顾
- 二、日本互联网广告市场规模分析
- 三、日本网络搜索互动广告市场调查解析

## 第六节其它国家

- 一、俄罗斯
- 二、加拿大
- 三、泰国

## 第四章2016年中国互联网广告行业综合分析

### 第一节2016年中国网络广告行业概况分析

- 一、2016年中国网络广告行业现状分析
- 二、2016年中国网络广告市场发展的特点
- 三、2016年中国网络广告计费方式分析
- 四、2016年中国网络广告市场发展趋势

### 第二节2016年中国网络广告市场发展分析

- 一、2016年中国广告市场规模分析
- 二、2016年中国网络广告市场规模分析
- 三、2016年中国网络广告市场规模分析

### 第三节2016年中国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2016年中国互联网广告行业发展面临的挑战分析

- 一、网络广告行业运行规范问题
- 二、互联网广告发展存在的问题
- 三、中国网络广告发展制约因素
- 四、中国网络广告发展存在的不足

### 第五节2016年中国互联网广告行业发展对策分析

- 一、互联网广告行业发展建议
- 二、中国网络广告发展的对策
- 三、中国网络广告的发展策略

## 第五章2016年中国视频广告市场运营局势分析

### 第一节富媒体广告分析

- 一、富媒体广告相关概述

- 二、富媒体广告的特征
- 三、2015年中国富媒体广告市场规模分析
- 四、2016年中国富媒体广告市场规模分析
- 五、富媒体广告发展策略分析
- 第二节2016年中国视频广告发展概况分析
  - 一、网络视频广告的特征与优势
  - 二、2016年中国视频广告发展情况分析
  - 三、2015年中国视频广告市场规模分析
  - 四、2016年中国视频广告市场规模分析
- 第三节2016年中国主要视频网广告发展动态分析
  - 一、2016年YouTube视频广告发展分析
  - 二、2016年土豆网视频广告特点分析
  - 三、2016年优酷网核心广告发展分析
  - 四、2016年酷6网广告模式分析
- 第四节2016年中国视频广告发展的问题对策分析
  - 一、中国视频广告市场发展问题分析
  - 二、中国网络视频广告发展的制约因素
  - 三、广告主视频投放重点关注问题分析
  - 四、中国网络视频广告营销策略
- 第六章2014-2016年中国搜索广告市场发展格局分析
  - 第一节2016年中国搜索引擎市场规模情况分析
    - 一、2016年中国搜索引擎用户规模分析
    - 二、2016年中国搜索引擎请求量规模分析
    - 三、2016年中国搜索引擎用户访问规模分析
    - 四、2016年中国搜索引擎市场营收份额分析
  - 第二节中国网络搜索广告发展概况分析
    - 一、2015年中国网络搜索广告市场规模分析
    - 二、2016年中国网络搜索广告市场规模分析
    - 三、网络搜索营销代表未来营销方向
    - 四、搜索引擎广告付费收录模式分析
    - 五、网络搜索引擎广告影响力巨大
    - 六、移动搜索将成搜索引擎新战场
  - 第三节国内外企业搜索广告业务发展状况
    - 一、百度搜索营销持续升温
    - 二、谷歌成美付费搜索广告赢家

三、雅虎与微软搜索广告合作获批

四、腾讯积极拓展搜索广告市场

五、谷歌在华搜索广告份额出现复苏

第四节企业移动搜索广告业务发展状况

一、谷歌积极拓展移动搜索广告

二、易查发力移动搜索广告市场

三、宜搜首创移动搜索新型广告营销手段

第七章2016年中国网络游戏广告市场运行态势分析

第一节2016年中国网络游戏广告发展探析

一、2016年中国网络游戏市场规模

二、2016年中国网络游戏广告市场规模

三、网络游戏成为广告载体的原因

四、网络游戏广告发展的优势

五、网络游戏广告发展的形式

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、网络游戏内置广告的技术实现方式

第三节2016年中国网络游戏内置广告发展分析

一、网络游戏内置广告发展环境浅析

二、网络游戏内置广告市场发展潜力倍受关注

三、网络游戏内置广告发展现状

第四节2016年中国网络游戏内置广告存在的问题及对策分析

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

第五节2016年中国网络游戏广告开发战略分析

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

第八章2016年中国互联网广告市场竞争格局分析

第一节网络广告与传统媒体广告的竞争

一、网络媒体的广告自适性优于传统媒体

二、网络广告与传统广告的竞争与融合



### 三、网络广告与传统媒体广告竞争比较

### 四、报纸和网络的广告经营整合战略

#### 第二节网络广告市场竞争概况

##### 一、国内网络广告业竞争格局

##### 二、中国互联网广告行业竞争变化分析

##### 三、4A公司争食网络广告市场

#### 第三节互联网巨头广告业务竞争状况

##### 一、微软、雅虎合作广告平台赶超谷歌

##### 二、中国互联网四巨头广告市场竞争激烈

##### 三、2016年主要门户网站加强广告业务保卫战

##### 四、互联网广告巨头探讨提升企业营销价值

#### 第四节2016年中国广告网络发展分析

##### 一、中国广告网络概况

##### 二、中国广告网络产业链分析

##### 三、2016年中国广告网络市场规模分析

##### 四、2016年中国广告联盟细分市场规模分析

##### 五、2016年中国品牌广告网络市场规模分析

##### 六、2016年中国广告网络细分市场结构分析

##### 七、2016年中国广告网络细分市场格局分析

##### 八、中国广告网络行业发展趋势

#### 第九章2016年中国重点网络广告公司发展分析

##### 第一节分众传媒控股有限公司

###### (1) 企业概况

###### (2) 主营产品概况

###### (3) 公司运营情况

###### (4) 公司优劣势分析

##### 第二节杭州顺网科技股份有限公司

###### (1) 企业概况

###### (2) 主营产品概况

###### (3) 公司运营情况

###### (4) 公司优劣势分析

##### 第三节悠易互通(北京)广告有限公司

###### (1) 企业概况

###### (2) 主营产品概况

###### (3) 公司运营情况

#### (4) 公司优劣势分析

### 第四节珠海麒润网络科技有限公司

#### (1) 企业概况

#### (2) 主营产品概况

#### (3) 公司运营情况

#### (4) 公司优劣势分析

### 第五节郑州市传力广告有限公司

## 第十章2016年中国互联网广告投放情况分析

### 第一节2016年中国互联网广告投放总况分析

#### 一、2016年中国网络广告投放规模统计

#### 二、2016年中国各行业网络广告投放结构

#### 三、国内网络广告投放行为分析

### 第二节2016年中国汽车行业网络广告投放情况

#### 一、2016年中国汽车行业发展概况

#### 二、2016年中国汽车行业网络广告投放分析

#### 三、2016年中国汽车行业网络广告投放规模

### 第三节2016年中国食品饮料行业网络广告投放情况

#### 一、2016年中国食品饮料行业发展概况

#### 二、2016年中国食品饮料行业网络广告投放规模

#### 三、2016年我国食品饮料行业网络广告投放分析

### 第四节2016年中国房产家居行业网络广告投放情况

#### 一、2016年中国房地产行业发展概况

#### 二、2016年中国房地产行业网络广告投放规模

#### 三、2016年中国房地产行业网络广告投放分析

### 第五节2016年中国金融行业网络广告投放情况

#### 一、2016年中国金融行业发展概况

#### 二、2016年中国金融行业网络广告投放规模

#### 三、2016年中国银行业网络广告投放分析

### 第六节2016年中国其它行业网络广告投放情况

#### 一、2016年中国消费类电子行业网络广告投放规模

#### 二、2016年中国服装服饰行业网络广告投放规模

#### 三、2016年中国IT类产品网络广告投放规模

#### 四、2016年中国化妆品行业网络广告投放特点

## 第十一章2017-2022年中国网络广告发展趋势与前景分析

### 第一节2017-2022年中国网络广告发展趋势分析

一、未来中国广告行业发展趋势

二、中国网络广告发展走向分析

三、未来网络广告行业发展趋向

四、中国网络广告市场发展趋势

第二节2017-2022年中国网络广告发展前景预测

一、全球互联网广告发展前景预测

二、中国互联网广告发展前景展望

三、中国网络广告市场规模预测分析

图表目录：

图表12014-2016年全球网络购物市场交易规模

图表22010-2016年亚太地区移动互联网用户规模变化趋势图

图表32014-2016年美国网上银行用户处理交易情况比较

图表42014-2016年中国网民数量及互联网普及率增长情况

图表52016年中国非网民不上网的原因

图表62014-2016年中国家庭宽带网民规模

图表72014-2016年中国互联网基础资源对比

图表82014-2016年中国Ipv4地址资源增长趋势图

图表9203-2016年中国Ipv6地址资源增长趋势图

图表102016年中国分类域名数

图表112016年中国分类CN域名数

图表122014-2016年中国网站数量变化趋势图

图表132014-2016年中国各类网络应用使用率

图表142014-2016年中国网络经济市场规模增长趋势图

图表152014-2016年中国互联网行业融1资金额变化趋势图

图表162014-2016年中国移动互联网市场规模增长趋势图

图表172016年中国移动互联网主要细分行业构成

图表182014-2016年中国手机网民规模增长趋势图

图表192014-2016年各季度中国移动互联网市场规模

图表202016年中国移动互联网主要细分行业构成

图表212016年手机网民网络应用结构情况

图表222016年手机网民网络应用结构情况

图表232014-2016年全球广告市场规模及增长趋势图

图表242014-2016年全球广告区域市场规模增长统计

图表252014-2016年全球广告区域市场规模增长趋势图

图表262014-2016年全球网络广告市场规模及增长趋势图

图表272014-2016年全球网络广告市场结构变化趋势图

图表282014-2016年美国网络广告市场规模统计

图表292014-2016年美国网络广告市场季度收入统计

图表30美国网络广告市场与广播电视、有线电视广告市场发展情况比较

图表312014-2016年美国部分媒体广告收入对比

图表322016年美国互联网广告收入比重

图表332014-2016年美国网络广告市场不同广告主投放比例比较

图表342014-2016年美国互联网不同广告主投放规模

( GYZX )

图表详见正文 . . . . .

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，请放心查阅。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/guanggaochuanmei/274764274764.html>