中国网络广告行业发展趋势研究与投资前景分析报告（2024-2031年）

报告大纲

观研报告网
www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《中国网络广告行业发展趋势研究与投资前景分析报告（2024-2031年）》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://www.chinabaogao.com/baogao/202412/736003.html

报告价格：电子版: 8200元　纸介版：8200元　电子和纸介版: 8500

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

网络广告就是在网络上做的广告，通过网络广告投放平台来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。网络广告是主要的网络营销方法之一，与传统的四大传播媒体（报纸、杂志、电视、广播）广告及近来备受垂青的户外广告相比，网络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。

我国网络广告行业相关政策

为规范网络广告发展，我国发布了一系列行业政策，如2024年11月市场监管总局发布的《质量认证行业公信力建设行动方案（2024—2026年）》提出强化多方协同联动，针对虚假认证等违法行为，联合网络监管、广告监管开展监测，及时组织线索核查。

2023-2024年我国网络广告行业部分相关政策情况 发布时间 发布部门 政策名称 主要内容 2023年3月 文化和旅游部 关于推动在线旅游市场高质量发展的意见 引导在线旅游经营者积极参与旅游市场宣传推广活动和旅游公益广告作品展播，开展旅游新理念宣传引导。 2023年5月 国家卫生健康委 关于开展老年痴呆防治促进行动(2023-2025年)的通知 加强老年人健康教育，利用社区健康教育宣传栏，以及广播电视、报刊图书、公益广告、互联网、移动客户端等各类媒体平台，在全社会进行脑健康知识教育，普及老年痴呆防治相关知识。 2023年8月 国务院 河套深港科技创新合作区深圳园区发展规划 支持应用创新科技的创意产业（包括电影和电视制作、专业设计及广告服务提供商）依法依规落户。 2023年10月 交通运输部、国家发展和改革委员会等部门

关于推进城市公共交通健康可持续发展的若干意见 支持城市公共交通企业拓展站台、车身、车厢内等广告业务，在保障安全运营的前提下，面向社会开放加气、加油、充电、维修等服务。 2023年11月 文化和旅游部 国内旅游提升计划（2023—2025年） 推出一批优秀旅游公益广告和书籍、影视、动漫赋能旅游特色案例。 2023年11月 工业和信息化部 关于健全中小企业公共服务体系的指导意见 提升公共服务影响力。通过新闻报道、公益广告、信息推送、公众号和短视频等方式，向中小企业广泛推介公共服务机构和服务“一张网”相关信息，扩大知晓率。 2023年11月 国家发展改革委等部门

关于加快建立产品碳足迹管理体系的意见 鼓励企业按照市场化原则自愿开展产品碳标识认证，引导其在产品或包装物、广告等位置标注和使用碳标识。 2024年2月 国家卫生健康委办公厅、中央网信办秘书局等部门

关于加强医疗监督跨部门执法联动工作的意见 严肃查处发布违法广告和有害信息的行为。地方各级市场监管部门要严厉查处未经审查发布药品、医疗器械广告的行为。重点查处未经卫生健康部门审查和未按照医疗广告审查证明发布医疗广告的行为，并向同级卫生健康部门通报；卫生健康行政部门一年内不受理当事人广告审查申请；情节严重的，卫生健康行政部门可以吊销诊疗科目或者吊销《医疗机构执业许可证》。地方各级市场监管部门在查办介绍

医疗机构或者医疗服务的虚假违法广告过程中，需查询相关信息的，同级卫生健康行政部门应当予以协助。 2024年3月 中共中央办公厅、国务院办公厅 关于健全新时代志愿服务体系的意见 营造志愿文化氛围。创作志愿服务题材的文艺作品、文创产品、公益广告，通过建设主题公园、广场、雕塑等，扩大志愿文化传播。2024年8月 国务院 关于促进服务消费高质量发展的意见 加强服务消费监管。强化跨部门联合监管，严厉打击虚假广告、网络欺诈、泄露信息等行为。 2024年11月 市场监管总局 质量认证行业公信力建设行动方案（2024—2026年） 强化多方协同联动。针对虚假认证等违法行为，联合网络监管、广告监管开展监测，及时组织线索核查。

资料来源：观研天下整理

部分省市网络广告行业相关政策

我国各省市也积极响应国家政策规划,对各省市网络广告行业的发展做出了具体规划,支持当地网络广告行业稳定发展，比如2024年5月天津市发布的《天津市促进现代服务业高质量发展实施方案》提出大力发展战略规划、营销策划、广告服务、市场调查、管理咨询、信用服务等专业服务，促进安保服务规范健康发展。

2023-2024年部分省市网络广告行业相关政策情况 发布时间 省市 政策名称 主要内容 2023年4月 贵州省 贵州省乡村建设行动实施方案(2023—2025年) 加强农村电力线、通信线、广播电视线维护梳理工作，整治农村户外广告。 2023年4月 西藏自治区 西藏自治区加强数字政府建设方案(2023- 2025年) 推进电子商务可信交易环境建设,提高对网络违法交易、网络虚假广告、网络假冒侵权等行为的处置能力,实现“以网管网”和互联共治。 2023年6月 河南省 河南省实施扩大内需战略三年行动方案（2023—2025年）开展“提振消费信心，放心消费在中原”系列活动，强化消费信用体系建设，开展消费投诉信息公示工作，严厉打击线上线下销售侵权假冒商品、发布虚假广告等违法行为，积极倡导实体店经营者主动作出无理由退货承诺，推动线下实体店无理由退货承诺县（市、区）全覆盖，营造安全放心的消费环境。 2023年6月 山东省 “放心消费在山东”创建深化提升三年行动方案（2023—2025年） 组织开展网络市场监管专项行动，依法查处网售禁限售商品、虚假宣传、违法广告、商标侵权、刷单炒信等违法行为。 2023年8月 江西省 “赣服通”6.0版建设工作方案 推进网上审批，上线高致病性病原微生物运输、医疗广告审查证明等电子证照，推进看病就医“一件事”服务上线。 2023年8月 广东省 广东省发展壮大农村经营主体若干措施 支持公益广告品牌建设，积极助力乡村振兴战略。 2023年3月 云南省 云南省深化质量提升三年行动方案（2023—2025年） 强化网络交易活动监管，督促平台企业履行经营主体责任，落实交易安全保障义务、治理义务和协助监管义务，建立健全商品及服务质量管理、广告管理、价格管理、知识产权保护、消费者权益保护、用户个人信息权益及隐私保护等机制。 2023年9月 云南省 关于恢复和扩大消费的若干措施 创新宣传推广 方式，组建云南旅游融媒体中心，在主要客源地高铁、机场等交通枢纽和线上平台投放云南文

化旅游形象广告。 2023年9月 北京市 关于促进本市会展业高质量发展的若干措施 鼓励发展第三方策展机构，主动为会展举办单位提供一站式全方位服务，提升设计搭建、物流运输、租赁服务、媒体广告等会展上下游配套功能，形成行业配套、产业联动、运行高效的会展服务体系，增强产业链上下游企业协同能力。 2023年9月 辽宁省 辽宁省支持乡村旅游重点村建设方案 .有完善的旅游营销体系，积极参加各级政府部门组织的对外宣传促销活动，在县级以上新闻媒体上做过促销广告。 2023年11月 辽宁省 新时代推进辽宁品牌建设三年行动方案（2023—2025年） 鼓励企业推进产品设计、文化创意、技术创新与品牌建设融合发展，建设品牌专业化服务平台，提升品牌营销服务、广告服务等策划设计水平。 2023年11月 河北省 关于促进民营经济发展壮大的若干措施 建立支持政策“免申即享”机制，推广告知承诺制，能够通过政务数据共享应用平台提取的材料，有关部门不再要求重复提供。 2023年12月 上海市 上海市公益广告促进和管理办法 建立公益广告促进和管理协调机制，由市市场监管局、市精神文明办牵头，市新闻出版局、市文化旅游局、市通信管理局、市委网信办、市交通委、市住房城乡建设管理委、市绿化市容局等单位共同参与，负责统筹指导本市公益广告工作，编制年度公益广告宣传指南，研究决定重大事项，推动本市公益广告事业高质量发展。 2023年5月 天津市 关于推动生活性服务领域平台经济健康发展的实施意见 依法依规查处平台经济领域滥用市场支配地位排除或限制竞争、价格欺诈或低价倾销、投放虚假广告等违法行为，严厉打击泄露和滥用用户信息等损害消费者权益以及互联网领域侵权假冒行为。 2023年10月 天津市 天津市振兴工业老字号老品牌实施方案（2023—2027年） 积极引导工业老字号老品牌充分利用“三站一场”广告位资源开展集中宣传推介。 2024年7月 天津市 天津市促进现代服务业高质量发展实施方案 大力发展战略规划、营销策划、广告服务、市场调查、管理咨询、信用服务等专业服务，促进安保服务规范健康发展。
资料来源：观研天下整理（XD）

注：上述信息仅作参考，图表均为样式展示，具体数据、坐标轴与数据标签详见报告正文。个别图表由于行业特性可能会有出入，具体内容请联系客服确认，以报告正文为准。
更多图表和内容详见报告正文。

观研报告网发布的《中国网络广告行业发展趋势研究与投资前景分析报告（2024-2031年）》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，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。

行业报告是业内企业、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。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

【目录大纲】

第一章 2019-2023年中国网络广告行业发展概述
第一节网络广告行业发展情况概述
一、网络广告行业相关定义
二、网络广告特点分析
三、网络广告行业基本情况介绍
四、网络广告行业经营模式
1、生产模式
2、采购模式
3、销售/服务模式
五、网络广告行业需求主体分析
第二节中国网络广告行业生命周期分析
一、网络广告行业生命周期理论概述
二、网络广告行业所属的生命周期分析
第三节网络广告行业经济指标分析
一、网络广告行业的赢利性分析
二、网络广告行业的经济周期分析
三、网络广告行业附加值的提升空间分析

第二章 2019-2023年全球网络广告行业市场发展现状分析
第一节全球网络广告行业发展历程回顾
第二节全球网络广告行业市场规模与区域分布情况
第三节亚洲网络广告行业地区市场分析
一、亚洲网络广告行业市场现状分析
二、亚洲网络广告行业市场规模与市场需求分析
三、亚洲网络广告行业市场前景分析
第四节北美网络广告行业地区市场分析

一、北美网络广告行业市场现状分析
二、北美网络广告行业市场规模与市场需求分析
三、北美网络广告行业市场前景分析
第五节欧洲网络广告行业地区市场分析
一、欧洲网络广告行业市场现状分析
二、欧洲网络广告行业市场规模与市场需求分析
三、欧洲网络广告行业市场前景分析
第六节 2024-2031年世界网络广告行业分布走势预测
第七节 2024-2031年全球网络广告行业市场规模预测

第三章 中国网络广告行业产业发展环境分析
第一节我国宏观经济环境分析
第二节我国宏观经济环境对网络广告行业的影响分析
第三节中国网络广告行业政策环境分析
一、行业监管体制现状
二、行业主要政策法规
三、主要行业标准
第四节政策环境对网络广告行业的影响分析
第五节中国网络广告行业产业社会环境分析

第四章 中国网络广告行业运行情况
第一节中国网络广告行业发展状况情况介绍
一、行业发展历程回顾
二、行业创新情况分析
三、行业发展特点分析
第二节中国网络广告行业市场规模分析
一、影响中国网络广告行业市场规模的因素
二、中国网络广告行业市场规模
三、中国网络广告行业市场规模解析
第三节中国网络广告行业供应情况分析
一、中国网络广告行业供应规模
二、中国网络广告行业供应特点
第四节中国网络广告行业需求情况分析
一、中国网络广告行业需求规模
二、中国网络广告行业需求特点

第五节中国网络广告行业供需平衡分析

第五章 中国网络广告行业产业链和细分市场分析
第一节中国网络广告行业产业链综述
一、产业链模型原理介绍
二、产业链运行机制
三、网络广告行业产业链图解
第二节中国网络广告行业产业链环节分析
一、上游产业发展现状
二、上游产业对网络广告行业的影响分析
三、下游产业发展现状
四、下游产业对网络广告行业的影响分析
第三节我国网络广告行业细分市场分析
一、细分市场一
二、细分市场二

第六章 2019-2023年中国网络广告行业市场竞争分析
第一节中国网络广告行业竞争现状分析
一、中国网络广告行业竞争格局分析
二、中国网络广告行业主要品牌分析
第二节中国网络广告行业集中度分析
一、中国网络广告行业市场集中度影响因素分析
二、中国网络广告行业市场集中度分析
第三节中国网络广告行业竞争特征分析
一、企业区域分布特征
二、企业规模分布特征
三、企业所有制分布特征

第七章 2019-2023年中国网络广告行业模型分析
第一节中国网络广告行业竞争结构分析（波特五力模型）
一、波特五力模型原理
二、供应商议价能力
三、购买者议价能力
四、新进入者威胁
五、替代品威胁

六、同业竞争程度
七、波特五力模型分析结论
第二节中国网络广告行业SWOT分析
一、SOWT模型概述
二、行业优势分析
三、行业劣势
四、行业机会
五、行业威胁
六、中国网络广告行业SWOT分析结论
第三节中国网络广告行业竞争环境分析（PEST）
一、PEST模型概述
二、政策因素
三、经济因素
四、社会因素
五、技术因素
六、PEST模型分析结论

第八章 2019-2023年中国网络广告行业需求特点与动态分析
第一节中国网络广告行业市场动态情况
第二节中国网络广告行业消费市场特点分析
一、需求偏好
二、价格偏好
三、品牌偏好
四、其他偏好
第三节网络广告行业成本结构分析
第四节网络广告行业价格影响因素分析
一、供需因素
二、成本因素
三、其他因素
第五节中国网络广告行业价格现状分析
第六节中国网络广告行业平均价格走势预测
一、中国网络广告行业平均价格趋势分析
二、中国网络广告行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国网络广告行业所属行业运行数据监测

第一节中国网络广告行业所属行业总体规模分析
一、企业数量结构分析
二、行业资产规模分析
第二节中国网络广告行业所属行业产销与费用分析
一、流动资产
二、销售收入分析
三、负债分析
四、利润规模分析
五、产值分析
第三节中国网络广告行业所属行业财务指标分析
一、行业盈利能力分析
二、行业偿债能力分析
三、行业营运能力分析
四、行业发展能力分析

第十章 2019-2023年中国网络广告行业区域市场现状分析
第一节中国网络广告行业区域市场规模分析
一、影响网络广告行业区域市场分布的因素
二、中国网络广告行业区域市场分布
第二节中国华东地区网络广告行业市场分析
一、华东地区概述
二、华东地区经济环境分析
三、华东地区网络广告行业市场分析
（1）华东地区网络广告行业市场规模
（2）华东地区网络广告行业市场现状
（3）华东地区网络广告行业市场规模预测
第三节华中地区市场分析
一、华中地区概述
二、华中地区经济环境分析
三、华中地区网络广告行业市场分析
（1）华中地区网络广告行业市场规模
（2）华中地区网络广告行业市场现状
（3）华中地区网络广告行业市场规模预测
第四节华南地区市场分析
一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析
三、华南地区网络广告行业市场分析
（1）华南地区网络广告行业市场规模
（2）华南地区网络广告行业市场现状
（3）华南地区网络广告行业市场规模预测
第五节华北地区网络广告行业市场分析
一、华北地区概述
二、华北地区经济环境分析
三、华北地区网络广告行业市场分析
（1）华北地区网络广告行业市场规模
（2）华北地区网络广告行业市场现状
（3）华北地区网络广告行业市场规模预测
第六节东北地区市场分析
一、东北地区概述
二、东北地区经济环境分析
三、东北地区网络广告行业市场分析
（1）东北地区网络广告行业市场规模
（2）东北地区网络广告行业市场现状
（3）东北地区网络广告行业市场规模预测
第七节西南地区市场分析
一、西南地区概述
二、西南地区经济环境分析
三、西南地区网络广告行业市场分析
（1）西南地区网络广告行业市场规模
（2）西南地区网络广告行业市场现状
（3）西南地区网络广告行业市场规模预测
第八节西北地区市场分析
一、西北地区概述
二、西北地区经济环境分析
三、西北地区网络广告行业市场分析
（1）西北地区网络广告行业市场规模
（2）西北地区网络广告行业市场现状
（3）西北地区网络广告行业市场规模预测

第十一章 网络广告行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节企业
一、企业概况
二、主营产品
三、运营情况
1、主要经济指标情况
2、企业盈利能力分析
3、企业偿债能力分析
4、企业运营能力分析
5、企业成长能力分析
四、公司优势分析
第二节企业
一、企业概况
二、主营产品
三、运营情况
四、公司优劣势分析
第三节企业
一、企业概况
二、主营产品
三、运营情况
四、公司优势分析
第四节企业
一、企业概况
二、主营产品
三、运营情况
四、公司优势分析
第五节企业
一、企业概况
二、主营产品
三、运营情况
四、公司优势分析
第六节企业
一、企业概况
二、主营产品
三、运营情况
四、公司优势分析

第七节企业
一、企业概况
二、主营产品
三、运营情况
四、公司优势分析
第八节企业
一、企业概况
二、主营产品
三、运营情况
四、公司优势分析
第九节企业
一、企业概况
二、主营产品
三、运营情况
四、公司优势分析
第十节企业
一、企业概况
二、主营产品
三、运营情况
四、公司优势分析

第十二章 2024-2031年中国网络广告行业发展前景分析与预测
第一节中国网络广告行业未来发展前景分析
一、网络广告行业国内投资环境分析
二、中国网络广告行业市场机会分析
三、中国网络广告行业投资增速预测
第二节中国网络广告行业未来发展趋势预测
第三节中国网络广告行业规模发展预测
一、中国网络广告行业市场规模预测
二、中国网络广告行业市场规模增速预测
三、中国网络广告行业产值规模预测
四、中国网络广告行业产值增速预测
五、中国网络广告行业供需情况预测
第四节中国网络广告行业盈利走势预测

第十三章 2024-2031年中国网络广告行业进入壁垒与投资风险分析
第一节中国网络广告行业进入壁垒分析
一、网络广告行业资金壁垒分析
二、网络广告行业技术壁垒分析
三、网络广告行业人才壁垒分析
四、网络广告行业品牌壁垒分析
五、网络广告行业其他壁垒分析
第二节网络广告行业风险分析
一、网络广告行业宏观环境风险
二、网络广告行业技术风险
三、网络广告行业竞争风险
四、网络广告行业其他风险
第三节中国网络广告行业存在的问题
第四节中国网络广告行业解决问题的策略分析

第十四章 2024-2031年中国网络广告行业研究结论及投资建议
第一节观研天下中国网络广告行业研究综述
一、行业投资价值
二、行业风险评估
第二节中国网络广告行业进入策略分析
一、行业目标客户群体
二、细分市场选择
三、区域市场的选择
第三节网络广告行业营销策略分析
一、网络广告行业产品策略
二、网络广告行业定价策略
三、网络广告行业渠道策略
四、网络广告行业促销策略
第四节观研天下分析师投资建议
图表详见报告正文·····

详细请访问：http://www.chinabaogao.com/baogao/202412/736003.html