

中国移动广告发展研究报告

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《中国移动广告发展研究报告》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/wentibangong/2691126911.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：15000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

报告推荐2006年，中国移动通信用户数继续保持高速增长，到年底预计达到4.6亿户。数量庞大的移动用户群为各类增值业务的发展奠定了客户基础，与此同时中国移动通信数据业务正处在快速的发展期。中国移动运营商已经明确提出发展手机传媒业务，随着3G牌照的逐渐明朗，3G业务在不久的将来会进一步的促进中国移动通信数据业务的快速发展。中国移动通过入主凤凰卫视，走出了一条手机传媒帝国的新的发展道路。手机作为继广播、电视、报纸和互联网之后的第五媒体，正逐步的被社会和商家所接受，一时间无线营销被各个商家所采用。前途是美好的，道路是曲折的，移动广告业务还存在着很多的问题。移动广告在中国还处在初期的发展阶段，业务运作模式还不够成熟，移动广告产业链还没有真正的形成。移动广告业务是移动通信业务与广告业务的结合体，在管制方面必然存在双管制问题，而目前政府尚未出台相应的管制政策。针对上述问题，我们经过深度的调查研究，推出了《2006年中国移动广告发展研究报告》。该报告通过对中国移动广告的现状、影响因素和发展趋势等进行了深层次、专业化的分析，从而为业界把握中国移动广告业务的市场机会，正确制定企业发展决策提供科学、专业的理论依据。

报告亮点

通过对国内移动广告现状的分析，提升业界对移动广告整体发展状况的认识；通过对移动广告运营模式进行分析，找出移动广告产业链存在的问题，为产业链的发展提供依据；

对运营商移动广告发展情况进行跟踪，为SP投资移动广告领域提供决策支持；

报告框架

主要结论

- 一、中国移动广告业务发展现状
 - (一) 移动广告概述及特点
 - (二) 移动广告业务发展概况
 - (三) 移动广告政策环境
 - (四) 移动广告发展特点
- 二、移动广告产业链模式剖析
 - (一)移动广告产业链组成
 - (二)移动广告运营模式
 - (三)移动广告产业链存在的问题
 - 1、移动运营商
 - 2、SP
 - 3、手机用户
 - 4、政府
- 三、移动运营商和SP发展情况
 - (一)中国移动
 - 1、合作模式
 - 2、运营特点
 - (二)中国联通
 - (三)SP
 - 1、分众无线
 - 2、飞拓无限
 - 3、移动传媒
- 四、移动广告的影响因素和发展趋势
 - (一)影响因素
 - (二)发展趋势
- 五、建议
 - (一)运营模式建议
 - (二)广告内容建议
 - (三)资费政策建议
 - (四)政府管制建议

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/wentibangong/2691126911.html>