

# 2024-2030年中国互联网广告行业发展趋势与战略咨询报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

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

## 一、报告报价

《2024-2030年中国互联网广告行业发展趋势与战略咨询报告》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/202312/431973.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

中企顾问网发布的《2024-2030年中国互联网广告行业发展趋势与战略咨询报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局市场服务行业的重要决策参考依据。

报告目录：第一章 互联网广告相关概述 12

第一节 网络广告简介 12 一、网络广告的定义 12 二、网络广告的特点 13 三、国际网络广告的起源 13 四、中国网络广告发展史 14 第二节 互联网广告模式 16 一、传统展示广告模式 16 二、即时信息（IM）广告模式 17 三、窄告网广告模式 17 四、网络视频广告模式 17 五、富媒体（Rich Media）广告 18 六、搜索引擎广告 19 七、电子邮件广告模式 20 第三节 网络广告其它相关介绍 20 一、网络广告的主要形式 20 二、网络广告评估的方法 21 三、网络广告术语解释 22 四、网络广告的计费方式 22 第二章 互联网产业发展概况 24 第一节 世界互联网产业分析 24 一、互联网发展数据统计 24 二、世界各国互联网管理概况 28 三、美国互联网行业发展现状 33 四、欧洲互联网数据统计简况 36 五、韩国互联网行业发展概述 36 第二节 互联网产业发展情况 37 一、中国互联网基础资源分析 37 （一）基础资源概述 37 （二）IP地址数量分析 38 （三）域名数量分析 39 （四）网站数量分析 40 （五）网页数量分析 40 （六）网络国际出口带宽 41 二、中国网民基本情况分析 42 （一）总体网民规模分析 42 （二）家庭宽带网民规模 44 （三）手机网民规模分析 45 （四）分省网民规模分析 46 （五）网民属性结构分析 48 三、中国网络接入方式分析 53 （一）上网设备使用情况 53 （二）上网地点分布情况 55 （三）上网时长发展情况 55 四、网民互联网应用状况 56 （一）信息获取情况分析 57 （二）商务交易发展情况 58 （三）交流沟通现状分析 62 （四）网络娱乐发展情况 65 第三节 下一代互联网发展情况 68 一、我国下一代互联网发展概况 68 二、下一代互联网商业化过渡深度剖析 69 三、下一代互联网发展前景及路线 71 四、加快发展下一代互联网的建议 73 第四节 互联网产业发展问题对策 77 一、中国互联网产业发展的制约因素 77 二、互联网行业发展的版权问题 78 三、中国互联网产业发展对策 80 第五节 互联网发展前景趋势 81 一、互联网未来发展趋向 81 二、中国互联网发展前景展望 84 第三章 世界互联网广告市场 87 第一节 世界互联网广告市场概述 87 一、互联网广告发展概况 87 二、互联网广告支出简述 87 三、社交网络广告市场份额 88 四、手机互联网广告开支将急剧上涨 89 第二节 美国网络广告市场 89 一、美国四大网络广告公司业绩概述 89 二、美国互联网广告业务创记录 90 三、美国网络广告业务分析 91 四、美国移动互联网广告市场结构及走势 93 第三节 英国网络广告市场 94 一、英国网络广告首次超过电视 94 二、英国网络广告市场发展状况 94 三、英国网络广告市场发展分析 95 四、英国网络广告市场发展分析 96 第四节 法国网络广告市场 98

一、法国网络广告收入增速放缓 98 二、法国网络广告收入征税提上日程 98 三、法国网络广告市场发展分析 100 第五节 日本网络广告市场 100 一、日本网络广告收入情况 100 二、日本互联网广告额超报纸 101 三、日本网络搜索互动广告市场调查解析 101 第六节 其它国家网络广告市场 102 一、德国 102 二、韩国 102 三、澳大利亚 103 第四章 中国互联网广告行业综合分析 105 第一节 中国网络广告行业概况 105 一、互联网广告的发展阶段分析 105 二、中国网络广告市场发展特点 106 三、中国网络广告市场高速增长 107 第二节 中国网络广告市场发展综述 108 一、中国网络广告市场发展概况 108 二、中国网络广告市场规模分析 108 三、中国网络广告市场结构分析 109 四、网络广告各类网站情况分析 109 五、网络广告各类媒体情况分析 110 六、网络广告各重点行业投放情况 111 第三节 中国网络广告精准营销分析 112 一、网络广告精准营销优势 112 二、网络广告精准营销表现形式及其有效性 112 三、网络广告精准营销缺陷 113 四、网络广告精准营销策略 114 第四节 互联网广告行业发展的挑战 115 一、网络广告行业有待规范 115 二、网络广告发展面临挑战 115 三、中国网络广告存在问题 115 四、中国网络广告存在不足 116 第五节 互联网广告行业发展的对策 117 一、互联网广告行业发展建议 117 二、中国网络广告发展的对策 118 三、中国网络广告的发展策略 118 第五章 视频广告 123 第一节 富媒体广告分析 123 一、富媒体广告发展相关概述 123 二、富媒体广告发展历史及形式 123 三、富媒体广告在危机中价值体现 125 四、富媒体广告市场发展分析 126 五、富媒体广告发展策略分析 127 第二节 视频广告发展概况 130 一、视频广告发展历程 130 二、视频广告市场发展概述 132 三、独立第三方监测助推视频广告发展 132 四、网络视频广告发展取得长足进步 133 五、中国视频广告倍受关注 134 六、网络视频广告特点分析 135 第三节 主要视频网广告发展动态 137 一、YouTube视频广告投放情况 137 二、Hulu视频广告成功模式解析 137 三、优酷土豆广告系统重磅出击 138 四、优酷视频广告表现突出 140 五、酷6将成国内最早盈利视频网站 140 第四节 视频广告发展的问题对策 141 一、中国视频广告市场发展问题分析 141 二、网络视频广告发展的制约因素 142 三、视频广告发展三大问题尚待解决 143 四、网络视频广告发展策略 145 第五节 视频广告前景展望 146 一、网络视频广告发展趋势 146 二、视频广告市场前景看好 149 三、视频植入广告前景乐观 150 第六章 搜索广告 151 第一节 搜索广告发展概况 151 一、搜索引擎广告影响力巨大 151 二、付费搜索广告市场分析 152 三、搜索引擎广告付费收录模式分析 152 四、网络搜索营销代表未来营销方向 153 第二节 中国搜索广告市场近况 156 一、中国搜索广告市场营收状况 156 二、百度与谷歌占中国搜索广告市场的份额 157 三、国内搜索广告市场综述 157 第三节 重点企业搜索广告业务发展状况 158 一、百度搜索类广告营收高速增长 158 二、谷歌加大移动搜索广告发展步伐 158 三、雅虎与微软搜索广告合作获批 159 四、易查发力移动搜索广告市场 159 五、腾讯搜搜借助开眼数据开发搜索广告市场 160 第七章 网络游戏广告 161 第一节 网络游戏广告发展探析

161 一、网游成为广告载体原因 161 二、网络游戏广告发展优势 162 三、网络游戏广告发展形式 165 四、网络游戏广告发展问题 165 五、网络游戏广告市场剖析 167 第二节 网络游戏内置广告概述 168 一、网络游戏植入式广告定义 168 二、网游植入式广告特点及优势 169 三、网游植入式广告的植入模式 172 四、网游内置广告技术实现方式 174 第三节 网络游戏内置广告发展分析 174 一、网络游戏内置广告发展环境浅析 174 二、中国网络游戏用户情况发展分析 176 三、网络游戏内置广告市场发展现状 178 四、网络游戏内置广告市场案例分析 179 五、网络游戏内置广告市场发展潜力 183 第四节 网络游戏内置广告问题及对策 184 一、网络游戏内置广告存在问题 184 二、网络游戏内置广告发展困境 186 三、网络游戏内置广告发展瓶颈 187 四、网络游戏内置广告发展对策 189 五、网络游戏内置广告植入策略 191 第五节 网络游戏广告开发战略 193 一、网络游戏广告的4Ps策略 193 二、网络游戏广告制定策略 198 三、网络游戏广告效果测量战略 199 第八章 互联网广告市场竞争分析 202 第一节 网络广告与传统媒体广告竞争 202 一、网络广告自适性优于传统媒体广告 202 二、网络广告与传统广告的竞争与融合 203 三、网络广告与传统媒体广告竞争比较 204 四、报纸和网络的广告经营整合战略 206 第二节 网络广告行业的市场竞争概况 208 一、互联网与传统广告竞争形势 208 二、中国网络广告行业竞争格局 209 三、中国互联网广告业竞争变化 211 四、争食网络广告市场 214 五、中国网络广告市场核心竞争力 215 第三节 互联网巨头广告业务竞争状况 216 一、微软、雅虎合作广告平台赶超谷歌 216 二、中国互联网四巨头广告市场竞争激烈 217 三、主要门户网站广告业务发展情况分析 218 四、互联网广告巨头探讨提升企业营销价值 219 第四节 网络广告联盟发展分析 220 一、网络广告联盟概述 220 二、网络广告联盟产业链 221 三、网络广告联盟市场规模 226 四、网络广告联盟市场特征 228 五、网络广告联盟平台核心竞争力 231 六、网络广告联盟市场问题及建议 231 七、网络广告联盟市场发展趋势 232 第九章 中国重点网络广告公司发展分析 234 第一节 分众传媒控股有限公司 234 一、公司基本情况介绍 234 二、公司经营状况分析 235 三、公司财务指标分析 235 四、公司实行网络广告战略调整 236 五、公司推出互动广告新模式 236 第二节 杭州顺网科技股份有限公司 237 一、公司基本情况介绍 237 二、企业经营情况分析 237 三、企业经济指标分析 238 四、企业盈利能力分析 239 五、企业偿债能力分析 239 六、企业运营能力分析 240 七、企业成本费用分析 240 八、企业发展战略及未来展望 240 第三节 悠易互通(北京)广告有限公司 241 一、公司简介 241 二、悠易互通产品介绍 241 三、悠易互通新营销概念 243 四、悠易互通获风险投资 243 第四节 珠海麒润网络科技有限公司 245 一、公司简介 245 二、麒润网络广告产品优势 245 三、麒麟网络广告发展优势 246 第五节 郑州市传力广告有限公司 247 一、公司简介 247 二、公司网络视频广告的优势 247 三、传力广告发展面临的机遇与挑战 248 第十章 互联网广告投放分析 249 第一节 互联网广告投放总况 249 一、网络广告投放行业概述 249 二、我国十大行业网

络广告投放评述 250 三、我国各行业网络广告投放分析 252 四、我国各行业网络广告投放分析 254 第二节 汽车行业 254 一、汽车行业发展概况 254 二、汽车行业网络广告投放分析 257 三、汽车行业网络广告投放增长情况 258 第三节 食品饮料行业 259 一、中国饮料行业网络广告投放概况 259 二、中国乳制品行业网络广告投放分析 262 三、我国酒业网络广告投放特点 264 第四节 房产家居行业 266 一、中国房地产行业网络广告投放特点 266 二、中国房产类网络广告投放概况 267 三、我国家居行业网络媒体广告投放分析 268 第五节 金融行业 270 一、金融行业网络广告投放综述 270 二、金融行业网络广告投放现状 271 三、金融保险行业网络广告投放分析 273 第六节 通信行业 274 一、通信行业运行情况 274 二、通信行业网络广告投放分析 277 三、通信行业网络广告投放分析 278 第七节 其它行业 280 一、IT行业网络广告投放 280 二、服装服饰行业网络广告投放 281 三、消费电子行业网络广告投放 283 四、化妆与卫生用品行业网络广告投放 284 第十一章 网络广告行业发展前景趋势分析 288 第一节 网络广告行业发展趋势分析 288 一、网络广告发展趋势分析 288 二、未来网络广告行业发展趋向 289 三、中国网络广告市场发展趋势 291 第二节 网络广告行业发展前景展望 293 一、网络广告发展前景展望 293 二、网络广告行业预测 293 三、中国网络广告行业预测 294 略&bull;&bull;&bull;&bull;;完整报告请咨询客服

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202312/431973.html>