

# 2020-2026年中国手机广告 产业发展现状与投资潜力分析报告

## 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

《2020-2026年中国手机广告产业发展现状与投资潜力分析报告》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/202007/177033.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

手机广告是通过移动媒体传播的付费信息，旨在通过这些商业信息影响受传者的态度、意图和行为，实际上就是一种互动式的网络广告。

它由移动通信网承载，具有网络媒体的一切特征，由于移动性使用户能够随时随地接受信息，所以比互联网更具优势。

随着我国手机用户普及率的逐渐提高，手机作为一种新型媒体的应用价值也日益凸现。手机媒体拥有其它媒体无法比拟的优势，例如覆盖人群最广、传播成本比较低廉、可以最方便地把人们的零碎时间利用起来，并且能够极为快捷地传播信息。

随着3G时代的日益临近，各种多媒体形式也将充分体现在手机上，这将给广告主更大的发挥空间。

中企顾问网发布的《2020-2026年中国手机广告产业发展现状与投资潜力分析报告》共十四章。首先介绍了手机广告行业市场发展环境、手机广告整体运行态势等，接着分析了手机广告行业市场运行的现状，然后介绍了手机广告市场竞争格局。随后，报告对手机广告做了重点企业经营状况分析，最后分析了手机广告行业发展趋势与投资预测。您若想对手机广告产业有个系统的了解或者想投资手机广告行业，本报告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 行业发展概述

第一章 手机广告行业概述

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 手机广告

一、手机广告的概念

- 二、手机广告的划分
- 三、手机广告的主要功能
- 四、手机广告媒体
- 五、手机广告的特征

## 第二章 中国广告业发展环境分析

### 第一节 经济发展环境分析

- 一、2019年我国宏观经济发展分析
- 二、2019年国内经济环境对其影响
- 三、2019年国内投资环境对其影响

### 第二节 政策法规环境分析

- 一、2019年广告行业政策环境分析
- 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
- 四、工商总局的广告专项整治情况
- 五、药品保健食品广告监管新制度

### 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、社会环境对于行业的影响分析
- 四、技术创新带动新型广告发展
- 五、中国传统文化对广告业的影响

## 第二部分 国外行业发展分析

### 第三章 世界广告业发展情况分析

#### 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、2019年世界广告业排名状况分析
- 三、2019年世界广告业发展状况

#### 第二节 2019年世界广告业发展状况分析

- 一、2019年世界广告业发展规模分析
- 二、2019年世界广告业发展特点分析

三、2019年世界广告发展存在的问题

四、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、2019年戛纳广告节的开展情况

三、2019年全球广告支出情况分析

四、2019年全球互联网广告开支额

五、2019年经济风暴对广告行业的冲击

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、虚拟世界广告发展前景分析

三、2019年全球广告支出增长预测

四、2020-2026年全球广告预算情况

五、2020-2026年广告行业发展前景

## 第四章 主要国家广告业发展分析

### 第一节 美国

一、2019年美国广告市场发展状况

二、2019年美国互联网广告市场发展分析

三、2019年美国报纸广告分类及运作探析

### 第二节 日本

一、2019年日本媒体广告发展概况

二、2019年日本广告市场发展格局

三、2019年日本互联网广告发展分析

### 第三节 欧洲

一、2019年英国网络广告发展分析

二、2019年法国广告行业发展分析

三、2019年欧盟广告行业发展分析

## 第五章 世界手机广告业发展分析

### 第一节 2019年世界手机广告业发展分析

- 一、2019年美国手机广告业发展分析
- 二、2019年日本手机广告业发展分析
- 三、2019年俄罗斯手机广告业发展分析
- 第二节 2019年世界手机广告市场需求分析
  - 一、2019年世界手机广告市场需求量分析
  - 二、2019年世界手机广告策划分析
  - 三、2019年国外企业进军中国市场情况
  - 四、2019年世界手机广告业竞争分析
- 第三节 2016-2019年世界手机广告市场发展趋势分析

### 第三部分 国内行业发展分析

#### 第六章 中国广告业发展状况分析

##### 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、2019年内地广告市场规模分析
- 三、2019年中国广告市场价值分析
- 四、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、2020-2026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

#### 第七章 中国手机广告业发展分析

##### 第一节 中国手机广告行业概况

- 一、中国手机广告发展历程
- 二、中国手机广告的产品类别
- 三、中国的手机广告产业的整合分析
- 四、跨行业合作形势下手机广告的优势

## 第二节 中国手机广告市场发展现状

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

## 第三节 手机广告市场空间分析

- 一、2019年中国手机广告市场规模
- 二、2019年高校手机广告市场规模
- 三、2019年手机广告市场规模预测

## 第四节 中国手机广告的相关政策分析

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

## 第八章 中国手机广告受众及投放分析

### 第一节 手机广告的投放原因及特点

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

### 第二节 手机广告受众分析

- 一、受众接触手机广告的黄金时间
- 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 影响手机广告投放的要素分析

- 一、影响手机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

## 第九章 手机广告主要形式发展分析

### 第一节 PUSH类广告

- 一、PUSH类广告的介绍
- 二、PUSH类广告的优势
- 三、PUSH类广告的关注度
- 四、2019年PUSH类广告发展分析

### 第二节 WAP类广告

- 一、WAP类广告的介绍
- 二、WAP类广告的优势
- 三、WAP类广告的关注度
- 四、2019年WAP类广告发展分析

### 第三节 业务嵌入类广告发展分析

- 一、业务嵌入类广告的介绍
- 二、业务嵌入类广告的优势
- 三、业务嵌入类广告的关注度
- 四、2019年业务嵌入类广告发展分析

### 第四节 语音类广告发展分析

- 一、语音类广告的介绍
- 二、语音类广告的优势
- 三、语音类广告的关注度
- 四、2019年语音类广告发展分析

### 第五节 小区广播类广告发展分析

- 一、小区广播类广告的介绍
- 二、小区广播类广告的优势
- 三、小区广播类广告的关注度
- 四、2019年小区广播类广告发展分析

### 第六节 终端内置类广告发展分析

- 一、终端内置类广告的介绍
- 二、终端内置类广告的优势
- 三、终端内置类广告的关注度
- 四、2019年终端内置类广告发展分析



## 第七节 搜索类广告发展分析

- 一、搜索类广告的介绍
- 二、搜索类广告的优势
- 三、搜索类广告的关注度
- 四、2019年搜索类广告发展分析

## 第四部分 行业竞争格局分析

### 第十章 手机广告区域市场竞争力比较

#### 第一节 北京

- 一、2019年北京手机广告发展情况
- 二、2019年北京各大重要行业手机广告发展分析
- 三、2019年北京手机广告业发展存在的问题分析

#### 第二节 上海

- 一、2018上海市手机广告业发展特点分析
- 二、2019年上海手机广告业的效益优势分析
- 三、2019年手机广告公司经营状况及策略分析

#### 第三节 广东

- 一、2019年手机广告业发展阶段分析
- 二、2019年手机广告业发展状况综合分析
- 三、2019年手机广告业竞争状况分析

### 第十一章 中国手机广告市场竞争分析

#### 第一节 2019年中国各种广告形式市场竞争综合分析

- 一、2019年互联网与传统广告行业竞合分析
- 二、2019年谷歌微软对传统广告公司的压力
- 三、2019年中国广告业界软硬广告竞争分析

#### 第二节 2019年中国手机广告业竞争状况分析

- 一、2019年中国手机广告品牌竞争分析
- 二、2019年中国手机广告价格竞争分析
- 三、2019年中国手机广告竞争战略分析

#### 第三节 2016-2019年中国手机广告业竞争态势分析

## 第十二章 优势手机广告公司发展分析

### 第一节 分众无线

#### 一、企业概况

#### 二、企业财务分析

#### 三、2019年经营状况

#### 四、2019年发展规划

### 第二节 飞拓无限

#### 一、企业概况

#### 二、企业财务分析

#### 三、2019年经营状况

#### 四、2019年发展规划

### 第三节 亿动传媒

#### 一、企业概况

#### 二、企业财务分析

#### 三、2019年经营状况

#### 四、2019年发展规划

### 第四节 上海聚君

#### 一、企业概况

#### 二、企业财务分析

#### 三、2019年经营状况

#### 四、2019年发展规划

### 第五节 魅媒网

#### 一、企业概况

#### 二、企业财务分析

#### 三、2019年经营状况

#### 四、2019年发展规划

### 第六节 移动运营商

#### 一、2020-2026年中国电信手机广告业务发展分析

#### 二、2020-2026年中国移动手机广告业务发展分析

#### 三、2020-2026年中国联通手机广告业务发展分析

## 第五部分 行业发展趋势及投资

## 第十三章 中国手机广告业发展前景

### 第一节 2020-2026年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 2020-2026年中国手机广告市场趋势前景分析

- 一、中国手机广告市场发展前景
- 二、中国手机广告市场潜力分析
- 三、中国手机广告发展趋势分析
- 四、2020-2026年中国手机广告发展预测

## 第十四章 中国手机广告业投资分析（）

### 第一节 2020-2026年中国手机广告业投资机会分析

- 一、奥运会为手机广告创造的机遇
- 二、2020-2026年手机广告业投资空间分析
- 三、2020-2026年手机广告业投资前景分析

### 第二节 2020-2026年中国手机广告业投资风险分析

- 一、2020-2026年宏观经济波动风险及控制
- 二、2020-2026年行业政策风险及控制
- 三、2020-2026年供需风险及控制
- 四、2020-2026年技术风险及控制
- 五、2020-2026年经营风险及控制
- 六、2020-2026年相关行业风险及控制

### 第三节 建议分析

- 一、不同地区投资建议
- 二、企业经营管理建议

部分图表目录：

图表：MOTO手机广告演变过程

图表：消费者手机品牌选择的敏感度演变过程

图表：2016-2019年全球手机信息收入规模及增长情况

图表：2020-2026年全球GPS手机出货量统计和预测

图表：2016-2019年西欧地区手机付费广告市场收入

图表：2016-2019年美国手机银行用户规模及增长率

图表：2016-2019年中国手机市场规模变化

图表：2020-2026年中国手机市场销量及增长预测

图表：2019年手机渠道变化趋势

图表：2019年中国市场最受用户关注的15大手机品牌分布

图表：2019年主流品牌关注比例波动幅度对比

图表：2019年中国七大区域手机市场关注比例分布

图表：2019年七大区域手机市场关注比例走势对比

图表：2016-2019年手机品牌区域格局

更多图表见正文&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202007/177033.html>