

2023-2029年中国网络分类 广告市场评估与投资战略研究报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2023-2029年中国网络分类广告市场评估与投资战略研究报告》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/202309/403447.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

网络分类广告是一种全新的网络广告服务形式，是传统意义上的分类广告借助互联网这样一个载体的表现，它不仅可以使企事业单位和个人商户在互联网上发布各类产品信息和服务信息，而且可以满足广大网民对消费和服务信息的需求。

中企顾问网发布的《2023-2029年中国网络分类广告市场评估与投资战略研究报告》共十九章。首先介绍了网络分类广告行业市场发展环境、网络分类广告整体运行态势等，接着分析了网络分类广告行业市场运行的现状，然后介绍了网络分类广告市场竞争格局。随后，报告对网络分类广告做了重点企业经营状况分析，最后分析了网络分类广告行业发展趋势与投资预测。您若想对网络分类广告产业有个系统的了解或者想投资网络分类广告行业，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 行业发展现状

第一章 网络分类广告行业发展概述

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 网络分类广告

一、网络分类广告的概念

二、网络分类广告的划分

三、网络分类广告的主要功能

四、网络分类广告媒体

五、网络分类广告的特征

第二章 国外广告行业发展分析

第一节 广告行业发展概况

一、2017-2022年广告经营状况

二、2022年广告业排名状况分析

三、2022年广告业发展状况

第二节 2022年广告业发展状况分析

一、2022年广告业发展规模分析

二、2022年广告业发展特点分析

三、2022年广告发展存在的问题

四、2022年广告企业竞争分析

第三节 广告市场分析

一、广告市场格局分析

二、2022年戛纳广告节的开展情况

三、2022年广告支出情况分析

四、2022年互联网广告开支额

五、2022年欧债危机对广告行业的冲击

六、2017-2022年中国对广告市场的贡献

第四节 2017-2022年广告业发展趋势分析

一、广告发展新趋势变化

二、虚拟广告发展前景分析

三、2022年广告支出增长预测

四、2017-2022年广告预算情况

五、2017-2022年广告行业发展前景

第三章 网络分类广告业发展分析

第一节 网络分类广告市场发展分析

一、2017-2022年网络分类广告市场发展分析

二、2017-2022年网络分类广告开销增长情况

三、2017-2022年网络分类广告支出情况分析

四、2017-2022年网络分类广告市场动态透析

五、2022年网络分类广告市场规模预测

第二节 美国网络分类广告市场分析

一、美国七种网络分类广告的研究发展

二、2017-2022年美国互联网广告的收入情况

三、2017-2022年美国在线广告收入情况分析

四、2017-2022年美国网络分类广告市场规模情况

五、2017-2022年美国网络分类广告市场竞争格局

第三节 欧洲网络分类广告市场分析

一、欧洲网络分类广告市场特点分析

二、2017-2022年欧洲互联网广告的收入情况

三、2017-2022年欧洲在线广告收入情况分析

四、2017-2022年欧洲网络分类广告市场规模情况

五、2017-2022年欧洲网络分类广告市场竞争格局

第四节 日本网络分类广告市场状况

一、日本网络分类广告市场特点分析

二、2017-2022年日本互联网广告的收入情况

三、2017-2022年日本在线广告收入情况分析

四、2017-2022年日本网络分类广告市场规模情况

五、2017-2022年日本网络分类广告市场竞争格局

第五节 韩国网络分类广告发展状况

一、韩国网络分类广告市场特点分析

二、2017-2022年韩国互联网广告的收入情况

三、2017-2022年韩国在线广告收入情况分析

四、2017-2022年韩国网络分类广告市场规模情况

五、2017-2022年韩国网络分类广告市场竞争格局

第四章 我国广告行业发展现状

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、2017-2022年中国广告发展现状

二、2022年内地广告市场规模分析

三、2022年中国广告市场价值分析

四、2022年中国广告市场的投放额

五、2022年广告行业人才供求情况

六、2022年广告市场面临的挑战

第三节 我国广告市场规范情况

- 一、2022年中国查处广告违法案件情况
- 二、2022年广告业存在的主要问题探讨
- 三、2022年中国广告行业新的自律规则
- 四、2022年广告行业结盟维护创意版权

第五章 我国网络分类广告行业发展分析

第一节 网络分类广告发展现状分析

- 一、2022年互联网广告现状发展分析
- 二、2022年中国网络分类广告发展分析

第二节 中国互联网广告市场发展分析

- 一、互联网广告价值解析
- 二、网络分类广告的发展是时代的选择
- 三、中国网络分类广告收入增长步入快车道
- 四、中国网络分类广告市场发展特点
- 五、网络分类广告市场发展趋于理性

第三节 中国网络分类广告市场价格及盈利分析

- 一、中国网络分类广告价格情况分析
- 二、网络分类广告的各种计价方式分析
- 三、中国网络媒体广告定价方式发展
- 四、互联网广告盈利模式创新分析

第四节 互联网广告市场存在问题

- 一、互联网广告市场竞争中的问题
- 二、数字媒体营销出现的问题分析
- 三、中国网络分类广告中欺诈行为分析
- 四、网络分类广告市场专业评测的问题

第六章 我国网络分类广告市场分析

第一节 2022年中国网络分类广告市场分析

- 一、整体花费情况分析
- 二、各业广告投放情况
- 三、广告主的竞争情况

第二节 2022年中国网络分类广告市场分析

- 一、整体花费情况分析

二、各业广告投放情况

三、广告主的竞争情况

第三节 2017-2022年中国网络分类广告市场分析

一、2022年四大门户网站广告收入情况

二、2022年首届中国网络分类广告行业大会

三、2022年中国网络分类广告市场规模情况

四、2022年中国网络展示广告市场价值

五、2022年奥运赞助商网络分类广告的投放

六、2022年房地产行业网络分类广告的投放

七、2022年汽车行业网络分类广告投放情况

第七章 中国网络分类广告受众及投放分析

第一节 网络分类广告的投放原因及特点

一、投放网络分类广告的原因

二、网络分类广告在广告媒体中的地位

三、网络分类广告接受度情况分析

四、制约网络分类广告发展的因素

第二节 网络分类广告受众分析

一、受众接触网络分类广告的黄金时间

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 影响网络分类广告投放的要素分析

一、影响网络分类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

第八章 网络分类广告主要形式发展分析

第一节 文字广告市场分析

一、文字广告的介绍

二、文字广告的优势

三、文字广告的关注度

四、2017-2022年文字广告发展分析

第二节 图片广告市场分析

一、图片广告的介绍

二、图片广告的优势

三、图片广告的关注度

四、2017-2022年图片广告发展分析

第三节 动画广告发展分析

一、动画广告的介绍

二、动画广告的优势

三、动画广告的关注度

四、2017-2022年动画广告发展分析

第四节 硬版广告发展分析

一、硬版广告的介绍

二、硬版广告的优势

三、硬版广告的关注度

四、2017-2022年硬版广告发展分析

第五节 搜索广告发展分析

一、搜索广告的介绍

二、搜索广告的优势

三、搜索广告的关注度

四、2017-2022年搜索广告发展分析

第九章 中国网络分类广告主分析

第一节 我国网络分类广告主分布情况

一、2017-2022年网络分类广告主数量情况分析

二、2017-2022年网络分类广告主投放费用分析

三、2017-2022年网络分类广告主区域分布情况

第二节 细分行业网络分类广告投放分析

一、2017-2022年交通汽车类广告主网络分类广告投放分析

二、2017-2022年it产品类广告主网络分类广告投放分析

三、2017-2022年房产类广告主网络分类广告投放分析

四、2017-2022年网络服务类广告主网络分类广告投放分析

五、2017-2022年通讯服务类广告主网络分类广告投放分析

第二部分 行业竞争格局

第十章 中国网络分类广告市场竞争分析

第一节 互联网广告与传统媒体广告的竞争

一、网络分类广告与传统广告的对比优势

二、网络分类广告与传统广告市场竞争分析

三、网络分类广告与报纸广告市场竞争分析

四、网络分类广告与户外广告市场竞争分析

第二节 互联网广告市场竞争现状

一、网络分类广告市场竞争格局分析

二、2017-2022年网络分类广告市场竞争分析

三、2017-2022年it巨头在网络分类广告市场的竞争

四、网络分类广告市场激烈竞争下的广告主

第三节 it巨头互联网广告业务的竞争状况

一、微软、google、雅虎的网络分类广告竞争

二、雅虎与google的网络分类广告竞争

三、google与微软的网络分类广告竞争

四、雅虎与微软的网络分类广告竞争

第十一章 网络分类广告企业竞争策略分析

第一节 网络分类广告市场竞争策略分析

一、2022年网络分类广告市场增长潜力分析

二、2022年网络分类广告主要潜力品种分析

三、现有网络分类广告产品竞争策略分析

四、潜力网络分类广告品种竞争策略选择

五、典型企业产品竞争策略分析

第二节 网络分类广告企业竞争策略分析

一、欧债危机对网络分类广告行业竞争格局的影响

二、欧债危机后网络分类广告行业竞争格局的变化

三、2017-2022年我国网络分类广告市场竞争趋势

四、2017-2022年网络分类广告行业竞争格局展望

五、2017-2022年网络分类广告行业竞争策略分析

六、2017-2022年网络分类广告企业竞争策略分析

第十二章 中国门户网站竞争分析

第一节 新浪

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、经营状况

四、发展战略

第二节 搜狐

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、经营状况

四、发展战略

第三节 网易

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、经营状况

四、发展战略

第四节 腾讯

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、经营状况

四、发展战略

第四节 百度

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、经营状况

四、发展战略

第十三章 网络分类广告重点企业竞争分析

第一节 好耶

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、经营状况

四、发展战略

第二节 华扬联众

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、经营状况

四、发展战略

第三节 麒润

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、经营状况

四、发展战略

第四节 热点

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、经营状况

四、发展战略

第五节 陈墨互动传媒

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、经营状况

四、发展战略

第六节 奥美世纪

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、经营状况

四、发展战略

第三部分 行业前景预测

第十四章 网络分类广告行业发展趋势分析

第一节 中国广告行业发展趋势分析

一、中国广告业发展新动向

二、2022年中国广告市场趋势解析

三、2017-2022年中国广告行业发展前景

四、2017-2022年中国对广告市场的推动

五、2022年中国广告市场发展新媒体趋势

第二节 中国网络分类广告市场趋势前景分析

一、中国网络分类广告市场发展前景

二、中国网络分类广告市场潜力分析

三、中国网络分类广告发展趋势分析

第十五章 未来网络分类广告行业发展预测

第一节 2017-2022年网络分类广告市场预测

一、2017-2022年网络分类广告行业供给预测

二、2017-2022年网络分类广告市场需求前景

三、2017-2022年网络分类广告市场价格预测

第二节 网络分类广告市场发展预测

一、2017-2022年主要网络分类广告市场发展预测

二、2022年我国主要形式网络分类广告市场分析预测

三、2017-2022年中国网络分类广告发展趋势预测

四、2017-2022年中国网络分类广告市场规模预测

五、2017-2022年游戏内置广告发展趋势分析

六、2017-2022年我国网盟广告市场发展预测

第二节 2017-2022年国内网络分类广告市场预测

一、2017-2022年国内网络分类广告行业供给预测

二、2017-2022年国内网络分类广告市场需求前景

三、2017-2022年国内网络分类广告市场价格预测

四、2017-2022年国内网络分类广告行业集中度预测

第四部分 投资战略研究

第十六章 网络分类广告行业投资现状分析

第一节 2018年网络分类广告行业投资情况分析

一、2018年总体投资及结构

二、2018年投资规模情况

三、2018年投资增速情况

四、2018年分行业投资分析

五、2018年分地区投资分析

六、2018年外商投资情况

第二节 2022年网络分类广告行业投资情况分析

一、2022年总体投资及结构

二、2022年投资规模情况

三、2022年投资增速情况

四、2022年分行业投资分析

五、2022年分地区投资分析

六、2022年外商投资情况

第十七章 网络分类广告行业投资环境分析

第一节 经济发展环境分析

一、2017-2022年我国宏观经济运行情况

二、2017-2022年我国宏观经济形势分析

三、2017-2022年投资趋势及其影响预测

第二节 政策法规环境分析

一、2022年网络分类广告行业政策环境

二、2022年国内宏观政策对其影响

三、2022年行业产业政策对其影响

第三节 社会发展环境分析

一、国内社会环境发展现状

二、2022年社会环境发展分析

三、2017-2022年社会环境对行业的影响分析

第十八章 网络分类广告行业投资机会与风险

第一节 网络分类广告行业投资效益分析

一、2017-2022年网络分类广告行业投资状况分析

二、2017-2022年网络分类广告行业投资效益分析

三、2017-2022年网络分类广告行业投资趋势预测

四、2017-2022年网络分类广告行业的投资方向

五、投资建议

六、新进入者应注意的障碍因素分析

第二节 影响网络分类广告行业发展的主要因素

一、2017-2022年影响网络分类广告行业运行的有利因素分析

二、2017-2022年影响网络分类广告行业运行的稳定因素分析

三、2017-2022年影响网络分类广告行业运行的不利因素分析

四、2017-2022年我国网络分类广告行业发展面临的挑战分析

五、2017-2022年我国网络分类广告行业发展面临的机遇分析

第三节 网络分类广告行业投资风险及控制策略分析

一、2023-2029年网络分类广告行业市场风险及控制策略

二、2023-2029年网络分类广告行业政策风险及控制策略

- 三、2023-2029年网络分类广告行业经营风险及控制策略
- 四、2023-2029年网络分类广告行业技术风险及控制策略
- 五、2023-2029年网络分类广告同业竞争风险及控制策略
- 六、2023-2029年网络分类广告行业其他风险及控制策略

第十九章 网络分类广告行业投资战略研究

第一节 网络分类广告行业发展战略研究

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第二节 对我国网络分类广告品牌的战略思考

- 一、企业品牌的重要性
- 二、网络分类广告实施品牌战略的意义
- 三、网络分类广告企业品牌的现状分析
- 四、我国网络分类广告企业的品牌战略
- 五、网络分类广告品牌战略管理的策略

第三节 网络分类广告行业投资战略研究

- 一、2022年广告行业投资战略
- 二、2022年我国网络分类广告行业投资战略
- 三、2023-2029年网络分类广告行业投资战略
- 四、2023-2029年细分行业投资战略

图表目录

图表 2022年四大广告集团市场份额

图表 2017-2022年间10大广告支出国的市场份额增长速度

图表 2022年美国各类互联网广告收入比例

图表 中国历年主要行业网络分类广告支出

图表 2022年广告公司收入排名

图表 互联网的理念、体系构架和相关特性

图表 互联网应用的三个阶段

图表 互联网不同应用阶段的典型特征

图表 互联网缩略语及全称对照

图表 2022年全因特网使用人口统计数字

图表 2022年前20个因特网用户最多的国家

图表 2022年互联网上使用的十大语言

图表 2022年互联网使用统计结果

图表 互联网使用2022年底更新的统计数据

图表 中国互联网普及率

图表 中国网站数量增长情况

图表 中国不同上网方式网民规模

图表 网络分类广告支出前50家广告主行业分布情况

图表 2017-2022年法国网络分类广告市场规模

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202309/403447.html>