2020-2026年中国手机广告
市场深度研究与未来发展趋势报告

报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制
www.chinairr.org

一、报告报价

《2020-2026年中国手机广告市场深度研究与未来发展趋势报告》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.chinairr.org/report/R04/R0401/202005/06-346035.html

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936
传真: 010-60343813
网址: http://www.chinairr.org
Email: sales@chyxx.com
联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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

报告目录

第.一章 手机广告行业发展概述
第.一节 广告简介
一、广告的意义
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
第二节 手机广告
一、手机广告特点
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 2019年国内外广告行业运行态势析
第.一节2019年世界广告业发展分析
一、世界广告媒体发展点评
二、世界广告业的逻辑发展轨迹解析
三、金融危机中对海外广告市场的影响分析
四、全球部分国家广告业运行动态分析
1、美国
2、日本
3、英国
4、俄罗斯
第二节2019年中国广告市场现状综述
一、中国广告业统计数据分析
二、中国广告业的产业组织结构解析
三、中国广告业规模跃居世界第二
四、广告市场上的外资发展分析
五、中国广告行业创意发展分析

第三节 2019年中国广告行业的发展分析
一、三大主流媒体广告收入状况
二、中国广告公司数量增速放缓
第四节2019年中国广告市场存在问题分析
一、中国广告行业的“多米诺效应”分析
二、广告业的市场壁垒效应分析
三、阻碍中国广告行业发展的四大问题解析
四、新兴媒体侵占传统媒体广告空间
五、中国广告业的生存瓶颈问题解析
六、中国广告市场洗牌在即
第五节2019年中国广告市场发展对策分析
一、中国广告行业要实行集团化发展
二、中国广告教育需要新思维
三、要牢记广告的“根本”
四、广告目标受众问题对策解析
五、有效广告投放途径分析

第三章 2019年世界手机广告业发展形势分析
第.一节2019年世界手机广告业发展分析
一、美国手机广告业发展分析
二、日本手机广告业发展分析
三、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、世界手机广告市场需求量分析
二、世界手机广告策划分析
三、国外企业进军中国市场情况
四、世界手机广告业竞争分析
第三节 2018-2019年世界手机广告市场发展趋势分析

第四章 2019年中国手机广告行业发展分析
第.一节2019年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2019年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2019年手机广告市场空间分析
一、中国手机广告市场规模
二、高校手机广告市场规模
三、手机广告市场规模预测

第五章 2019年中国手机广告产业运行环境分析
第.一节　2019年中国宏观经济环境分析
一、国民经济运行情况GDP
二、消费价格指数CPI、PPI
三、全国居民收入情况
四、恩格尔系数
五、工业发展形势
六、固定资产投资情况
七、财政收支状况
八、中国汇率调整
九、存贷款基准利率调整情况
十、存款准备金率调整情况
十一、社会消费品零售总额
十二、对外贸易&进出口
第二节2019年中国手机广告产业政策环境分析
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
第三节2019年中国手机广告产业社会环境分析

一、手机普及与应用
二、手机广告受众群体庞大
三、人口环境分析
四、文化环境分析
五、居民的各种消费观念和习惯

第六章 2019年中国手机广告受众及投放分析
第.一节2019年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2019年中国手机广告受众分析
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2019年中国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

第七章 2019年中国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

第八章 2019年中国手机广告区域市场竞争力比较分析
第.一节 北京
一、北京各大重要行业手机广告发展分析
二、北京手机广告业发展存在的问题分析
第二节 上海
一、海市手机广告业发展特点分析

二、上海手机广告业的效益优势分析
三、手机广告公司经营状况及策略分析
第三节 广东
一、手机广告业发展阶段分析
二、手机广告业竞争状况分析
三、广东手机广告业发展分析

第九章 2019年中国手机广告产业市场竞争格局分析
第.一节2019年中国各种广告形式市场竞争综合分析
一、互联网与传统广告行业竞合分析
二、谷歌微软对传统广告公司的压力
三、中国广告业界软硬广告竞争分析
四、央视重点时段广告竞争分析
五、移动广告行业竞争形势分析
第二节2019年中国手机广告业竞争状况分析
一、中国手机广告品牌竞争分析
二、中国手机广告价格竞争分析
三、中国手机广告竞争战略分析
第三节2019年中国手机广告企业竞争策略分析

第十章 手机媒体广告产业链各环节重点企业分析
第.一节 运营商
一、中国移动
1、发展思路
2、发展定位
3、试点情况
二、中国联通
第二节 SP
一、分众传媒
1、远景与战略
2、核心价值观
3、现状

二、飞拓无限
三、上海聚君
四、摩拜美迪（移动传媒）
五、其他
1、上海文广
2、空中网
3、GOOGLE
第三节 终端厂商
一、诺基亚
二、摩托罗拉

第十一章 2018-2019年中国手机广告行业发展趋势分析
第.一节2018-2019年中国广告行业发展趋势分析
一、全球广告业收入预测
二、中国广告行业未来趋势分析
三、二十一世纪广告业发展总体趋势展望
四、广告业的娱乐发展趋势
第二节2018-2019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

第十二章 2018-2019年中国手机广告业投资价值研究
第.一节2018-2019年中国广告业投资机会分析
一、金融危机下中国广告市场的投资机遇
二、“第五媒体”广告市场孕育巨大商机
三、网络游戏市场受青睐
四、移动电视媒体广告价值受肯定
五、国际广告公司积极开发二线城市
第二节2018-2019年中国手机广告业投资机会与风险分析
一、机会分析
二、风险分析

第三节 投资观点

图表目录（略）

图表：广告概念的类别
图表：日本广告费市场份额
图表：部分世界级大广告主及其主要广告代理集团
图表：欧洲前10位的媒介公司
图表：2019年中国广告业发展基本情况
图表：2019年中国广告经营单位发展情况
图表：2019年四大媒体广告经营状况
图表：2019年中国媒介单位广告营业额前10位
图表：2019年经营广告的网站情况
图表：2019年广告投放行业分布
图表：2019年中国广告公司营业额前10位
图表：中国广告总营业额、各媒体营业额及其所占比例
图表：2019年全球四大广告集团市场份额
图表：全球主流媒体广告支出预测（报纸、杂志、电视、广播、电影、户外、互联网）
图表：2005-2019年间全球10大广告支出国的市场份额增长速度
图表：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广告支出
图表：全球广告公司收入排名
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：2006-2019年全球手机信息收入规模及增长情况
图表：2004-2019年全球GPS手机出货量统计和预测
图表：2007-2019年西欧地区手机付费广告市场收入
图表：2007-2019年美国手机银行用户规模及增长率
图表：2001-2019年中国手机市场规模变化
图表：2018-2019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

详细请访问：http://www.chinairr.org/report/R04/R0401/202005/06-346035.html