2020-2026年中国手机广告
市场深度研究与投资前景分析报告

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投资前景分析报告》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.chinairr.org/report/R03/R0305/202005/06-346063.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.一部分 手机广告行业发展现状
第.一章 手机广告行业发展概述
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 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 国外广告行业发展分析
第.一节 世界广告行业发展概况
一、2018-2019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1季度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、2018-2019年中国对全球广告市场的贡献
第四节 2018-2019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、2018-2019年全球广告预算情况
五、2018-2019年广告行业发展前景

第三章 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 2018-2019年世界手机广告市场发展趋势分析

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、2018-2019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、2019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

第五章 我国手机广告行业发展分析
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

第六章 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

第七章 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、2018-2019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、2018-2019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、2018-2019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、2018-2019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、2018-2019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、2018-2019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、2018-2019年搜索类广告发展分析

第二部分 手机广告行业竞争格局
第八章 手机广告区域市场竞争力比较
第.一节 北京
一、2019年北京奥运手机广告全面启动
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
四、2019年北京手机广告业发展情况分析
第二节 上海
一、2019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
四、2019年上海手机广告业发展情况分析
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

四、2019年广东手机广告业发展分析

第九章 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

四、2018-2019年央视重点时段广告竞争分析

五、2018-2019年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、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

第九章 手机广告企业竞争策略分析

第.一节 手机广告市场竞争策略分析

一、2019年手机广告市场增长潜力分析

二、2019年手机广告主要潜力品种分析

三、现有手机广告产品竞争策略分析

四、潜力手机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 手机广告企业竞争策略分析

一、金融危机对手机广告行业竞争格局的影响

二、金融危机后手机广告行业竞争格局的变化

三、2018-2019年我国手机广告市场竞争趋势

四、2018-2019年手机广告行业竞争格局展望

五、2018-2019年手机广告行业竞争策略分析

六、2018-2019年手机广告企业竞争策略分析

第十章 手机广告重点企业竞争分析

第.一节 分众无线

一、企业概况

二、竞争优势分析
三、2018-2019年经营状况
四、2018-2019年发展战略
第二节 飞拓无限
一、企业概况
二、竞争优势分析
三、2018-2019年经营状况
四、2018-2019年发展战略
第三节 亿动传媒
一、企业概况
二、竞争优势分析
三、2018-2019年经营状况
四、2018-2019年发展战略
第四节 上海聚君
一、企业概况
二、竞争优势分析
三、2018-2019年经营状况
四、2018-2019年发展战略
第五节 魅媒网
一、企业概况
二、竞争优势分析
三、2018-2019年经营状况
四、2018-2019年发展战略
第六节 移动运营商
一、2018-2019年中国电信手机广告业务发展分析
二、2018-2019年中国移动手机广告业务发展分析
三、2018-2019年中国联通手机广告业务发展分析

第三部分 手机广告行业前景预测
第十一章 手机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、2019年中国广告市场趋势解析
三、2018-2019年中国广告行业发展前景
四、2018-2019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 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 未来手机广告行业发展预测
第.一节 2018-2019年国际手机广告市场预测
一、2018-2019年全球手机广告行业供给预测
二、2018-2019年全球手机广告市场需求前景
三、2018-2019年全球手机广告市场价格预测
第二节 2018-2019年国内手机广告市场预测
一、2018-2019年国内手机广告行业供给预测
二、2018-2019年国内手机广告行业规模预测
三、2018-2019年国内手机广告市场需求前景
四、2018-2019年国内手机广告市场价格预测
五、2018-2019年国内手机广告行业集中度预测

第四部分 手机广告行业投资战略研究
第十三章 手机广告行业投资现状分析
第.一节 2019年手机广告行业投资情况分析
一、2019年总体投资及结构
二、2019年投资规模情况
三、2019年投资增速情况
四、2019年分行业投资分析
五、2019年分地区投资分析
六、2019年外商投资情况
第二节 2019年1季度手机广告行业投资情况分析
一、2019年1季度总体投资及结构

二、2019年1季度投资规模情况
三、2019年1季度投资增速情况
四、2019年1季度分行业投资分析
五、2019年1季度分地区投资分析
六、2019年1季度外商投资情况

第十四章 手机广告行业投资环境分析
第.一节 经济发展环境分析
一、2018-2019年我国宏观经济运行情况
二、2018-2019年我国宏观经济形势分析
三、2018-2019年投资趋势及其影响预测
第二节 政策法规环境分析
一、2019年手机广告行业政策环境
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
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、2018-2019年社会环境对行业的影响分析

第十五章 手机广告行业投资机会与风险
第.一节 手机广告行业投资效益分析
一、2018-2019年手机广告行业投资状况分析
二、2018-2019年手机广告行业投资效益分析
三、2018-2019年手机广告行业投资趋势预测
四、2018-2019年手机广告行业的投资方向
五、2018-2019年手机广告行业投资的建议
六、新进入者应注意的障碍因素分析
第二节 影响手机广告行业发展的主要因素
一、2018-2019年影响手机广告行业运行的有利因素分析
二、2018-2019年影响手机广告行业运行的稳定因素分析
三、2018-2019年影响手机广告行业运行的不利因素分析

四、2018-2019年我国手机广告行业发展面临的挑战分析
五、2018-2019年我国手机广告行业发展面临的机遇分析
第三节 手机广告行业投资风险及控制策略分析
一、2018-2019年手机广告行业市场风险及控制策略
二、2018-2019年手机广告行业政策风险及控制策略
三、2018-2019年手机广告行业经营风险及控制策略
四、2018-2019年手机广告行业技术风险及控制策略
五、2018-2019年手机广告同业竞争风险及控制策略
六、2018-2019年手机广告行业其他风险及控制策略

第十六章 手机广告行业投资战略研究
第.一节 手机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 对我国手机广告品牌的战略思考
一、企业品牌的重要性
二、手机广告实施品牌战略的意义
三、手机广告企业品牌的现状分析
四、我国手机广告企业的品牌战略
五、手机广告品牌战略管理的策略
第三节 手机广告行业投资战略研究
一、2019年广告行业投资战略
二、2019年我国手机广告行业投资战略
三、2018-2019年手机广告行业投资战略
四、2018-2019年细分行业投资战略

图表目录

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：2019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广告支出
图表：2019年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：2018-2019年西欧地区手机付费广告市场收入
图表：2018-2019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/R03/R0305/202005/06-346063.html