

2021-2027年中国手机广告 行业发展态势与投资方向研究报告

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

《2021-2027年中国手机广告行业发展态势与投资方向研究报告》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/202108/235137.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。

中企顾问网发布的《2021-2027年中国手机广告行业发展态势与投资方向研究报告》共七章。首先介绍了中国手机广告行业市场发展环境、手机广告整体运行态势等，接着分析了中国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，最后分析了中国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中国手机广告行业，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：

第一章 广告行业发展综述

第一节 广告行业概述

一、广告的定义

二、广告的分类

1、根据传播媒介分类

2、根据广告目的分类

3、根据广告传播范围分类

4、根据广告传播对象分类

三、广告的特点与本质

1、广告的特点

2、广告的本质

四、广告行业的地位及作用

- 1、广告业在国民经济中的地位
- 2、广告业对商业的影响
- 3、广告业对消费者的影响
- 4、广告业对大众传媒的影响

第二节 广告行业产业链分析

一、广告行业产业链结构分析

- 1、广告产业链介绍
- 2、广告产业链结构分析

二、广告行业产业链分析

- 1、广告公司
- 2、广告主
- 3、媒体

第三节 报告研究单位与研究方法

- 一、研究单位介绍
- 二、研究方法概述

第二章 广告行业发展环境分析

第一节 行业管理规范

- 一、行业监管部门
- 二、行业相关法律
- 三、行业相关标准

第二节 经济环境分析

- 一、工业经济增长
- 二、社会消费品零售总额增长

第三节 消费环境分析

- 一、居民可支配收入
- 二、居民消费结构分析
- 三、居民消费信心分析

第三章 中国广告行业市场研究与机遇

第一节 中国广告行业市场分析

一、广告行业市场状况概述

- 1、综合情况
- 2、各媒体广告市场状况
- 3、消费者媒体接触行为

二、广告行业市场规模分析

- 1、广告业经营状况
- 2、媒体广告经营情况
- 3、广告公司经营情况
- 4、省市广告经营情况

三、广告行业市场竞争分析

- 1、专业广告公司与媒体企业间的竞争
- 2、本土广告公司与跨国广告公司竞争
- 3、广告公司区域市场之间的竞争分析

第二节 中国广告业的挑战与机遇

一、广告行业发展的挑战

- 1、广告对受众传播效果趋于弱化
- 2、广告在媒介盈利模式中地位下降
- 3、网络弊端成广告安全传播的威胁

二、广告行业发展的机遇

- 1、广告跨媒介转换实现更便捷
- 2、广告传播效率大幅度提高
- 3、广告商角色和盈利发生重大转变

第四章 手机广告市场发展状况与前景分析

第一节 手机广告发展概况

- 一、手机广告定义
- 二、手机广告分类
- 三、手机广告特点
- 四、手机广告发展环境

第二节 手机广告产业链分析

第三节 手机广告市场现状分析

- 一、手机广告市场规模

二、手机广告份额结构

三、手机广告计费模式

四、手机广告效果评估

第四节 手机广告细分市场分析

一、手机报刊广告市场分析

二、互动营销广告市场分析

三、手机网页广告市场分析

四、手机客户端广告市场分析

第六节 手机广告受众行为分析

一、用户对手机广告类型认知分析

二、用户对手机广告了解渠道分析

三、用户对手机广告选择偏好分析

第七节 手机广告市场问题及建议

一、手机广告市场存在的问题

二、手机广告市场发展建议

第五章 广告行业投资分析与前景预测

第一节 广告行业投资分析

一、广告行业进入壁垒分析

1、资金壁垒

2、人才壁垒

3、品牌壁垒

二、广告行业经营模式分析

三、广告行业投资风险分析

1、行业政策风险

2、行业人才风险

3、行业市场风险

四、广告行业投资并购分析

第二节 广告行业前景预测

一、广告行业发展趋势分析

1、广告与营销一体化

2、集团化与专业化发展

- 3、本土与国际接轨
- 4、媒体投放效果可测性要求提高

二、广告行业发展前景预测

第三节 广告行业投资建议

- 一、广告行业投资机会分析
- 二、广告行业投资建议
 - 1、投资方式建议
 - 2、投资方向建议

第六章 2021-2027年中国手机广告发展趋势分析

第一节 2021-2027年中国手机广告产业前景展望

- 一、2019年中国手机广告发展形势分析
- 二、发展手机广告产业的机遇及趋势
- 三、未来10年中国手机广告产业发展规划
- 四、2021-2027年中国手机广告产量预测

第二节 2021-2027年手机广告产业发展趋势探讨

- 一、2021-2027年手机广告产业前景展望
- 二、2021-2027年手机广告产业发展目标

第七章 观点与研究结论

第一节 报告主要研究结论

第二节 行业建议

部分图表目录：

图表1：按传播媒介为标准广告行业分类

图表2：按广告目的为标准广告行业分类

图表3：中国广告经营额在GDP中占比情况（单位：亿元，%）

图表4：广告产业链

图表5：2019年广告行业政策动态

图表6：广告行业相关标准准则一览

图表7：2015-2019年工业增加值月度同比增长速度（单位：%）

图表8：2015-2019年中国社会消费品零售总额月度情况（单位：亿元）

图表 9：2015-2019年广告行业增长速度与居民收入增长速度比较图（单位：%）

图表 10：2019年中国人均消费性支出情况（单位：元，%）

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202108/235137.html>