

2023-2029年中国手机广告 行业前景展望与市场调查预测报告

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年中国手机广告行业前景展望与市场调查预测报告》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/202210/323493.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。

中企顾问网发布的《2023-2029年中国手机广告行业前景展望与市场调查预测报告》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、2022年我国宏观经济发展分析
- 二、2022年国内经济环境对其影响
- 三、2022年国内投资环境对其影响

第二节 政策法规环境分析

- 一、2022年广告行业政策环境分析
- 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
- 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、2022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、2017-2022年全球广告经营状况
- 二、2022年世界广告业排名状况分析
- 三、2022年世界广告业发展状况

第二节 2022年世界广告业发展状况分析

- 一、2022年世界广告业发展规模分析
- 二、2022年世界广告业发展特点分析
- 三、2022年世界广告发展存在的问题
- 四、2022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、2022年戛纳广告节的开展情况
- 三、2022年全球广告支出情况分析
- 四、2022年全球互联网广告开支额

五、2022年经济风暴对广告行业的冲击

六、2017-2022年中国对全球广告市场的贡献

第四节 2023-2029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、2022年全球广告支出增长预测

四、2023-2029年全球广告预算情况

五、2023-2029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、2022年美国广告市场发展状况

二、2022年美国互联网广告市场发展分析

三、2022年美国报纸广告分类及运作探析

第二节 日本

一、2022年日本媒体广告发展概况

二、2022年日本广告市场发展格局

三、2022年日本互联网广告发展分析

第三节 欧洲

一、2022年英国网络广告发展分析

二、2022年法国广告行业发展分析

三、2022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 2022年世界手机广告业发展分析

一、2022年美国手机广告业发展分析

二、2022年日本手机广告业发展分析

三、2022年俄罗斯手机广告业发展分析

第二节 2022年世界手机广告市场需求分析

一、2022年世界手机广告市场需求量分析

二、2022年世界手机广告策划分析

三、2022年国外企业进军中国市场情况

四、2022年世界手机广告业竞争分析

第三节 2017-2022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、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、2023-2029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、2022年中国手机广告市场规模

二、2022年高校手机广告市场规模

三、2022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、2022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、2022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、2022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、2022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、2022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、2022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、2022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 华东地区行业竞争力比较分析

第二节 华南地区行业竞争力比较分析

第三节 华中地区行业竞争力比较分析

第四节 华北地区行业竞争力比较分析

第五节 东北地区行业竞争力比较分析

第六节 西南地区行业竞争力比较分析

第七节 西北地区行业竞争力比较分析

第十一章 中国手机广告市场竞争分析

第一节 2022年中国各种广告形式市场竞争综合分析

一、2022年互联网与传统广告行业竞合分析

二、2022年谷歌微软对传统广告公司的压力

三、2022年中国广告业界软硬广告竞争分析

第二节 2022年中国手机广告业竞争状况分析

一、2022年中国手机广告品牌竞争分析

二、2022年中国手机广告价格竞争分析

三、2022年中国手机广告竞争战略分析

第三节 2017-2022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、经营状况

四、发展规划

第二节 飞拓无限

一、企业概况

二、企业财务分析

三、经营状况

四、发展规划

第三节 亿动传媒

- 一、企业概况
- 二、企业财务分析
- 三、经营状况
- 四、发展规划

第四节 上海聚君

- 一、企业概况
- 二、企业财务分析
- 三、经营状况
- 四、发展规划

第五节 魅媒网

- 一、企业概况
- 二、企业财务分析
- 三、经营状况
- 四、发展规划

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 2023-2029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、2022年中国广告市场趋势解析
- 三、2023-2029年中国广告行业发展前景
- 四、2017-2022年中国对全球广告市场的推动
- 五、2022年中国广告市场发展与新媒体趋势

第二节 2023-2029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、2023-2029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 2023-2029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、2023-2029年手机广告业投资空间分析
- 三、2023-2029年手机广告业投资前景分析
- 第二节 2023-2029年中国手机广告业投资风险分析
 - 一、2023-2029年宏观经济波动风险及控制
 - 二、2023-2029年行业政策风险及控制
 - 三、2023-2029年供需风险及控制
 - 四、2023-2029年技术风险及控制
 - 五、2023-2029年经营风险及控制
 - 六、2023-2029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：2017-2022年全球手机信息收入规模及增长情况
 - 图表：2023-2029年全球GPS手机出货量统计和预测
 - 图表：2017-2022年西欧地区手机付费广告市场收入
 - 图表：2017-2022年美国手机银行用户规模及增长率
 - 图表：2017-2022年中国手机市场规模变化
 - 图表：2023-2029年中国手机市场销量及增长预测
 - 图表：2022年手机渠道变化趋势
 - 图表：2022年中国市场最受用户关注的15大手机品牌分布
 - 图表：2022年主流品牌关注比例波动幅度对比
 - 图表：2022年中国七大区域手机市场关注比例分布
 - 图表：2022年七大区域手机市场关注比例走势对比
 - 图表：2017-2022年手机品牌区域格局
- 更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202210/323493.html>