



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2010-2011年度中国无线互联网 广告市场前景预测报告

## 一、调研说明

《2010-2011年度中国无线互联网广告市场前景预测报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/184268.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.com

联系人： 刘老师

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、摘要、目录、图表

### 报告简介：

手机客户端方式承载的广告平台是手机媒体广告发展的一种新的广告模式，正在迅速发展并受到广告商、服务商和VC等的青睐。艾媒市场咨询(iiimedia research)根据市场数据预测，在2011年，全球无线广告市场规模将会达到35.9亿美元，在2013年，全球无线广告市场规模将会达到110.5亿美元左右。2011年中国无线广告市场规模将达35.1亿元，环比增长53.3%。

### 报告目录

#### 第一章 全球无线广告行业市场状况分析

- 1.1 无线广告的概念
- 1.2 2010-2011年全球无线广告的发展状况
- 1.3 2010-2011年全球经济中中国经济形势分析
- 1.4 2009-2013年全球无线广告规模的发展及预测
- 1.5 2010-2011年全球无线广告行业价值链环境
- 1.6 2010-2011年全球无线广告商业模式与分类
- 1.7 2010-2011年全球无线广告特征分析

#### 第二章 中国无线广告市场发展趋势分析

- 2.1 2010-2011年中国无线广告的产业链构成
- 2.2 2010-2011年中国无线广告的发展现状
- 2.3 2010-2011年中国无线广告商业模式和特点
- 2.4 2010-2011年3G产业对中国无线广告市场发展的影响
- 2.5 2009-2013年中国无线广告份额结构
- 2.6 2010-2011年中国手机广告效果评估
- 2.7 2010-2011年中国手机广告效果评估现状分析

#### 第三章 中国无线广告市场行业定性发展趋势分析

- 3.1 2010-2011年中国无线广告行业面临的几大问题
- 3.2 2010-2011年中国无线广告行业迎来的挑战
- 3.3 中国无线广告市场未来发展的主要推动因素分析
- 3.4 2010-2011年中国运营商的无线广告业探讨

3.5 2010-2011年中国无线广告企业的盈利模式

3.6 2010-2011年中国无线广告市场与全球国际市场的对比分析

#### 第四章 2010-2011年中国无线广告行业环境分析

4.1 2010-2011年中国无线广告的社会环境

4.2 2010-2011年宏观环境对中国无线广告市场的影响

4.3 2009-2013年中国智能终端与移动互联网规模调查

4.3.1 2009-2013年中国智能手机的发展规模

4.3.2 2009-2013年中国移动互联网规模的发展

4.4 2009-2013年中国无线广告规模的发展及预测

#### 第五章 中国无线广告市场调查分析

5.1 2009-2013年中国手机网页广告市场规模

5.2 2009-2013年中国手机客户端广告市场规模

5.3 2009-2013年中国短信/彩信类广告市场规模

5.4 2009-2013年中国手机报刊广告市场规模

5.5 2009-2013年中国无线广告互动营销市场规模

#### 第六章 2010年中国无线广告受众行为调查分析

6.1 2010年中国无线广告受众的手机使用情况分析

6.1.1 2010-2011年中国无线广告受众手机类型调查

6.1.2 2010-2011年中国无线广告受众基本网络行为(除语音/短信)

6.1.3 2010-2011年中国无线广告受众手机上网频率调查

6.1.4 2010-2011年中国无线广告受众内容搜索调查

6.2 2010年中国无线广告在手机客户端中的效果情况

6.2.1 2010-2011年中国网民无线广告接触情况调查

6.2.2 2010-2011年中国无线广告受众点击手机客户端广告原因

6.3 2010-2011年中国手机网民手机广告了解渠道分析

6.4 2010-2011年中国无线广告主满意度调查

6.5 2010-2011年中国手机网民短信类广告处理方式调查

6.6 2010-2011年中国无线广告受众无线广告观后感调查

6.7 2010-2011年中国手机网民遭遇手机客户端广告陷阱调查

6.8 2010-2011年中国手机网民遭遇短信广告类陷阱调查

6.9 2010-2011年中国手机网民手机广告类型认知调查

## 第七章 广告主行为调查分析

7.1 2010-2011年中国无线广告主首选代理联盟平台要求

7.2 2010-2011年中国无线广告主首选代理平台首选原因分析

7.3 2010-2011年中国品牌广告商首选无线广告媒介类型调查

7.4 2010-2011年中国品牌广告商首选手机客户端媒介原因调查

7.5 2010-2011年中国最热衷手机客户端类广告投放行业调查

7.6 2010-2011年中国最热衷短信类广告投放行业调查

## 第八章 中国无线广告受众地域分布及自身基本状况调查分析

8.1 2010-2011年中国手机广告代理市场占有率调查

8.2 2010-2011年中国无线广告受众区域分布状况调查

8.3 2010-2011年中国无线广告受众学历水平分布状况调查

8.4 2010-2011年中国无线广告受众职业分布状况调查

8.5 2010-2011年中国无线广告受众年龄结构调查

8.6 2010-2011年中国无线广告受众性别结构调查

8.7 2010-2011年中国无线广告受众月收入范围调查

8.8 2010-2011年中国无线广告受众家庭月总收入范围

## 第九章 2010-2011年全球国际无线广告市场概况分析

9.1 美国无线广告市场

9.2 韩国无线广告市场

9.3 日本无线广告市场

9.4 印度无线广告市场

9.5 中国无线广告市场

## 第十章 2010-2011年中国无线广告市场广告主关注企业分析

10.1 admob

10.2 有米广告

10.3 哇棒 ( wooboo )

10.4 亿动广告传媒 ( Madhouse )

10.5 架势 ( casee )

10.6 多盟智胜

10.7 淘告

## 图表

图 1-4 2009-2013年全球无线广告规模的发展及预测

图 2-5 2009-2013年中国无线广告份额结构

图 4-3-1 2009-2013年中国智能手机的发展规模

图 4-3-2 2009-2013年中国移动互联网规模的发展

图 4-4 2009-2013年中国无线广告规模的发展及预测

图 5-1 2009-2013年中国手机网页广告市场规模

图 5-2 2009-2013年中国手机客户端广告市场规模

图 5-3 2009-2013年中国短信/彩信类广告市场规模

图 5-4 2009-2013年中国手机报刊广告市场规模

图 5-5 2009-2013年中国无线广告互动营销市场规模

图 6-1-1 2010-2011年中国无线广告受众手机类型调查

图 6-1-2 2010-2011年中国无线广告受众基本网络行为(除语音/短信)

图 6-1-3 2010-2011年中国无线广告受众手机上网频率调查

图 6-1-4 2010-2011年中国无线广告受众内容搜索调查

图 6-2-1 2010-2011年中国网民无线广告接触情况调查

图 6-2-2 2010-2011年中国无线广告受众点击手机客户端广告原因

图 6-3 2010-2011年中国手机网民手机广告了解渠道分析

图 6-4 2010-2011年中国无线广告主满意度调查

图 6-5 2010-2011年中国手机网民短信类广告处理方式调查

图 6-6 2010-2011年中国无线广告受众无线广告观后感调查

图 6-7 2010-2011年中国手机网民遭遇手机客户端广告陷阱调查

图 6-8 2010-2011年中国手机网民遭遇短信广告类陷阱调查

图 6-9 2010-2011年中国手机网民手机广告类型认知调查

图 7-1 2010-2011年中国无线广告主首选代理联盟平台要求

图 7-2 2010-2011年中国无线广告主首选代理平台首选原因分析

图 7-3 2010-2011年中国品牌广告商首选无线广告媒介类型调查

图 7-4 2010-2011年中国品牌广告商首选手机客户端媒介原因

图 7-5 2010-2011年中国最热衷手机客户端类广告投放行业调查

图 7-6 2010-2011年中国最热衷短信类广告投放行业调查

图 8-1 2010-2011年中国手机广告代理市场占有率调查

图 8-2 2010-2011年中国无线广告受众区域分布状况调查

图 8-3 2010-2011年中国无线广告受众学历水平分布状况调查

图 8-4 2010-2011年中国无线广告受众职业分布状况调查

图 8-5 2010-2011年中国无线广告受众年龄结构调查

图 8-6 2010-2011年中国无线广告受众性别结构调查

图 8-7 2010-2011年中国无线广告受众月收入范围调查

图 8-8 2010-2011年中国无线广告受众家庭月总收入范围

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/184268.html>

### 三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

### 四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

## 五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（[www.icandata.com](http://www.icandata.com)）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

### 研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数



名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

#### 我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。