



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2011-2015年中国手机广告业务 市场运营态势与未来前景预测报 告

## 一、调研说明

《2011-2015年中国手机广告业务市场运营态势与未来前景预测报告》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/187325.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](mailto: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

移动互联网应用服务领域逐渐成为移动通信产业链争夺的焦点。近几年来，国内移动互联网业务的种类日益丰富，移动互联网媒体化特性促使手机广告业务逐步升温。

艾凯数据研究中心发布的《2011-2015年中国手机广告业务市场运营态势与未来前景预测报告》共十二章。首先介绍了手机广告业务相关概述、中国手机广告业务市场运行环境等，接着分析了中国手机广告业务市场发展的现状，然后介绍了中国手机广告业务重点区域市场运行形势。随后，报告对中国手机广告业务重点企业经营状况分析，最后分析了中国手机广告业务行业发展趋势与投资预测。您若想对手机广告业务产业有个系统的了解或者想投资手机广告业务行业，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。

### 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 国内外广告行业运行态势分析

#### 第一节 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 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 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 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 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 世界手机广告业发展形势分析

### 第一节 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 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 2011-2015年世界手机广告市场发展趋势分析

第四章 中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、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 中国手机广告业务市场环境分析

第一节 国内手机广告业务经济环境分析

一、GDP历史变动轨迹分析

二、固定资产投资历史变动轨迹分析

三、2011年中国手机广告业务经济发展预测分析

第二节 中国手机广告业务行业政策环境分析

## 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 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 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 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、2011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、2011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、2011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、2011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、2011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、2011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、2011年搜索类广告发展分析

第八章 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 中国手机广告产业市场竞争格局分析

### 第一节 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 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 中国手机广告企业竞争策略分析

## 第十章 中国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 2011-2015年中国手机广告行业发展趋势分析

### 第一节 2011-2015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 2011-2015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 2011-2015年中国手机广告业投资机会与风险分析

### 第一节 2011-2015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 2011-2015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

### 图表目录（部分）：

图表：2005-2011年国内生产总值

图表：2005-2011年居民消费价格涨跌幅度

图表：2011年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2005-2011年国家外汇储备

图表：2005-2011年财政收入

图表：2005-2011年全社会固定资产投资

图表：2011年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2011年固定资产投资新增主要生产能力

图表：&hellip;&hellip;

更多图表详见正文&hellip;&hellip;

通过《2011-2015年中国手机广告业务市场运营态势与未来前景预测报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业发展提供了科学决策依据。

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/187325.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。