



艾凯咨询
ICAN Consulting

2012-2016年中国手机广告业务 行业市场调查及未来前景预测研 究报告

一、调研说明

《2012-2016年中国手机广告业务行业市场调查及未来前景预测研究报告》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/192043.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

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。移动广告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，同时比互联网更具优势，因为移动性使用户能够随时随地接受信息。

艾凯数据研究中心发布的《2012-2016年中国手机广告业务行业市场调查及未来前景预测研究报告》共十三章。首先介绍了手机广告行业发展概述、世界手机广告业发展形势等，接着分析了中国手机广告行业发展的现状，然后介绍了中国手机广告产业市场竞争格局。随后，报告对中国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家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。

目录

第一章 手机广告行业发展概述 1

第一节 广告简介 1

一、广告的概念 1

二、广告的本质特点和要素 1

三、广告的分类和主要形式 2

四、广告媒体简介 6

第二节 手机广告 6

一、手机广告的概念 6

二、手机广告的划分 6

三、手机广告的主要功能 7

四、手机广告媒体 8

五、手机广告的特征 8

第二章 2010年世界广告业发展综合分析 10

第一节 世界广告业发展分析 10

一、世界广告发展历程	10
二、世界广告媒体发展历史	12
三、世界广告业的逻辑发展轨迹解析	16
四、2010年全球广告市场发展浅析	25
第二节 美国广告业发展分析	26
一、美国现代广告的发展	26
二、2010年美国广告市场状况	28
三、汽车业衰败影响美国广告业	28
四、2010年美国广告支出概述	30
第三节 日本广告行业发展状况分析	31
一、日本现代广告的发展分析	31
二、日本广告市场发展格局分析	32
三、2008年日本广告收入大幅下降	36
四、2009年日本企业广告支出减少	37
五、2010年日本广告市场收入情况	37
第四节 英国广告行业发展分析	38
一、2010年英国互联网广告支出增长较快	38
二、2010年英国移动广告实现强势增长	38
三、英国电视广告的政策与规定解析	39
四、英国电视广告市场日趋稳定	44
第五节 俄罗斯广告行业发展分析	44
一、俄罗斯的部分广告种类浅析	44
二、俄罗斯成为全球发展速度最快的广告市场	44
三、俄罗斯广告市场稳步发展	45
四、2010年俄罗斯广告市场发展特点	46
第六节 世界广告业发展趋势分析	46
一、全球经济一体化下广告业的趋势变革	46
二、世界广告发展新趋势变化	48
三、虚拟世界广告发展前景分析	59
四、2011-2015年全球广告市场发展预测	60

第三章 2010年世界手机广告业发展形势分析	62
------------------------	----

第一节 2010年世界手机广告业发展分析 62

一、美国手机广告业发展分析 62

二、日本手机广告业发展分析 63

三、俄罗斯手机广告业发展分析 65

第二节 2010年世界手机广告市场需求分析 65

一、世界手机广告市场需求量分析 65

二、世界手机广告策划分析 66

三、国外企业进军中国市场情况 67

四、世界手机广告业竞争分析 68

第三节 2011-2015年世界手机广告市场发展趋势分析 69

第四章 2010年中国广告行业发展动态分析 71

第一节 中国广告业发展概述 71

一、中国现代广告的发展历程 71

二、中国广告业发展的市场环境分析 73

三、中国广告业的产业组织结构解析 75

四、我国广告业发展变化概述 79

五、我国广告业步入营销策划时代 84

第二节 2006-2009年中国广告行业发展回顾 87

一、2006年1-12月中国广告业统计分析 87

二、2007年中国广告业发展分析 87

三、2008中国广告市场发展特点分析 89

四、2009年中国广告业发展状况 90

第三节 2010-2011年中国广告行业的发展 90

一、2010中国广告市场发展状况 90

二、2010年三大主流媒体广告收入状况 91

三、2010年我国广告公司数量增速放缓 91

四、2011年我国广告业发展分析 92

第四节 中国广告市场上的外资发展分析 92

一、国外广告公司加速进军中国 92

二、外资加速在华新媒体广告业布局 93

三、全球广告巨头中国市场竞争动态分析 94

四、中国广告产业外资影响分析 95

第五节 中国广告行业创意发展分析 96

一、现代广告传播中的创意理论简析 96

二、世界多元文化对广告创意的影响分析 101

三、中国广告作品创意趋势分析 105

第六节 广告市场存在问题分析 110

一、中国广告行业的"多米诺效应"分析 110

二、广告业的市场壁垒效应分析 111

三、阻碍中国广告行业发展的四大问题解析 112

四、新兴媒体侵占传统媒体广告空间 114

五、中国广告业的生存瓶颈问题解析 115

六、中国广告市场洗牌在即 116

第七节 广告市场发展对策分析 117

一、中国广告行业要实行集团化发展 117

二、中国广告教育需要新思维 117

三、要牢记广告的"根本" 118

四、广告目标受众问题对策解析 119

五、有效广告投放途径分析 120

第五章 2010年中国手机广告行业发展分析 122

第一节 2010年中国手机广告行业概况 122

一、中国手机广告发展历程 122

二、中国手机广告的产品类别 123

三、中国的手机广告产业的整合分析 126

四、跨行业合作形势下手机广告的优势 127

第二节 2010年中国手机广告市场发展现状 128

一、手机广告的投放特点 128

二、手机广告对用户消费的影响 129

三、手机广告发展形式分析 129

四、手机广告规范情况分析 130

第三节 2010年手机广告市场空间分析 131

一、中国手机广告市场规模 131

二、高校手机广告市场规模 132

三、手机广告市场规模预测 132

第六章 2010年中国手机广告产业运行环境分析 133

第一节 国内宏观经济环境分析 133

一、GDP历史变动轨迹分析 133

二、固定资产投资历史变动轨迹分析 134

三、2011年中国宏观经济发展预测分析 136

第二节 2010年中国手机广告产业政策环境分析 140

一、法律因素在手机广告发展中的作用 140

二、手机广告在高速发展中趋于健全规范 141

三、手机广告规范与发展的法律策略分析 143

第三节 2010年中国手机广告产业社会环境分析 149

第七章 2010年中国手机广告受众及投放分析 151

第一节 2010年手机广告的投放原因及特点 151

一、投放手机广告的原因 151

二、手机广告在广告媒体中的地位 151

三、手机广告接受度情况分析 152

四、制约手机广告发展的瓶颈 152

第二节 2010年中国手机广告受众分析 153

一、受众接触手机广告的黄金时间 153

二、受众最感兴趣的广告形式 154

三、受众最感兴趣的广告内容 154

第三节 2010年中国影响手机广告投放的要素分析 154

一、影响手机广告投放宏观因素分析 154

二、吸引受众的最重要的要素 155

三、消费热点决定记忆程度 155

第八章 2010年中国手机广告主要形式发展分析 157

第一节 PUSH类广告 157

一、PUSH类广告的介绍 157

- 二、PUSH类广告的优势 157
- 三、PUSH类广告的关注度 157
- 四、2010年PUSH类广告发展分析 158
- 第二节 WAP类广告 159
 - 一、WAP类广告的介绍 159
 - 二、WAP类广告的优势 159
 - 三、WAP类广告的关注度 159
 - 四、2010年WAP类广告发展分析 160
- 第三节 业务嵌入类广告发展分析 160
 - 一、业务嵌入类广告的介绍 160
 - 二、业务嵌入类广告的优势 160
 - 三、业务嵌入类广告的关注度 161
 - 四、2010年业务嵌入类广告发展分析 161
- 第四节 语音类广告发展分析 161
 - 一、语音类广告的介绍 161
 - 二、语音类广告的优势 161
 - 三、语音类广告的关注度 162
 - 四、2010年语音类广告发展分析 162
- 第五节 小区广播类广告发展分析 162
 - 一、小区广播类广告的介绍 162
 - 二、小区广播类广告的优势 162
 - 三、小区广播类广告的关注度 163
 - 四、2010年小区广播类广告发展分析 163
- 第六节 终端内置类广告发展分析 163
 - 一、终端内置类广告的介绍 163
 - 二、终端内置类广告的优势 163
 - 三、终端内置类广告的关注度 163
 - 四、2010年终端内置类广告发展分析 164
- 第七节 搜索类广告发展分析 164
 - 一、搜索类广告的介绍 164
 - 二、搜索类广告的优势 164
 - 三、搜索类广告的关注度 164

四、2010年搜索类广告发展分析 164

第九章 2010年中国手机广告区域市场竞争力比较分析 166

第一节 北京 166

一、北京各大重要行业手机广告发展分析 166

二、北京手机广告业发展存在的问题分析 167

第二节 上海 167

一、上海市手机广告业发展特点分析 167

二、上海手机广告业的效益优势分析 167

三、手机广告公司经营状况及策略分析 168

第三节 广东 169

一、手机广告业发展阶段分析 169

二、手机广告业竞争状况分析 169

三、2010年广东手机广告业发展分析 170

第十章 2010年中国手机广告产业市场竞争格局分析 171

第一节 2010年中国各种广告形式市场竞争综合分析 171

一、互联网与传统广告行业竞合分析 171

二、谷歌微软对传统广告公司的压力 177

三、中国广告业界软硬广告竞争分析 178

四、央视重点时段广告竞争分析 180

五、移动广告行业竞争形势分析 181

第二节 2010年中国手机广告业竞争状况分析 183

一、中国手机广告品牌竞争分析 183

二、中国手机广告价格竞争分析 185

三、中国手机广告竞争战略分析 187

第三节 2010年中国手机广告企业竞争策略分析 188

第十一章 2010年中国手机广告重点企业竞争分析 190

第一节 分众无线 190

一、企业概况 190

二、2010年经营状况分析 191

三、竞争优势分析 191

第二节 飞拓无限 192

一、企业概况 192

二、2010年经营状况分析 193

三、竞争优势分析 194

第三节 亿动传媒 194

一、企业概况 194

二、2010年经营状况分析 195

三、竞争优势分析 195

第四节 上海聚君 196

一、企业概况 196

二、2010年经营状况分析 196

三、竞争优势分析 196

第五节 魅媒网 197

一、企业概况 197

二、2010年经营状况分析 197

三、竞争优势分析 197

第六节 移动运营商 198

一、2010年中国电信手机广告业务发展分析 198

二、2010年中国移动手机广告业务发展分析 198

三、2010年中国联通手机广告业务发展分析 200

第十二章 2011-2015年中国手机广告行业发展趋势分析 201

第一节 2011-2015年中国广告行业发展趋势分析 201

一、全球广告业收入预测 201

二、中国广告行业未来趋势分析 201

三、二十一世纪广告业发展总体趋势展望 202

四、广告业的娱乐发展趋势 203

第二节 2011-2015年中国手机广告市场趋势前景分析 205

一、中国手机广告市场发展前景 205

二、中国手机广告市场潜力分析 206

三、中国手机广告发展趋势分析 207

第十三章 2011-2015年中国手机广告业投资机会与风险分析 210

第一节 2011-2015年中国广告业投资机会分析 210

一、金融危机下中国广告市场的投资机遇 210

二、“第五媒体”广告市场孕育巨大商机 210

三、网络游戏市场受青睐 211

四、移动电视媒体广告价值受肯定 211

五、国际广告公司积极开发二线城市 212

第二节 2011-2015年中国手机广告业投资机会与风险分析 213

一、机会分析 213

二、风险分析 214

第三节 专家建议 214

通过《2012-2016年中国手机广告业务行业市场调查及未来前景预测研究报告》，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、销售网络和企业的发展提供了科学决策依据。

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/192043.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）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。