



艾凯咨询
ICAN Consulting

2012-2016年中国互联网广告市场运营态势及投资前景预测报告

一、调研说明

《2012-2016年中国互联网广告市场运营态势及投资前景预测报告》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/210863.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

第一章、互联网广告相关概述

第一节、网络广告的定义及起源

- 一、网络广告的定义
- 二、网络广告的特点
- 三、国际网络广告的起源
- 四、中国网络广告发展史

第二节、互联网广告模式

- 一、传统展示广告模式
- 二、即时信息（IM）广告模式
- 三、窄告网广告模式
- 四、网络视频广告模式
- 五、富媒体（Rich Media）广告
- 六、搜索引擎广告
- 七、电子邮件广告模式

第三节、网络广告其它相关介绍

- 一、网络广告的主要形式
- 二、网络广告评估的方法
- 三、网络广告术语解释
- 四、网络广告的计费方式

第二章、互联网产业发展概况

第一节、世界互联网产业分析

- 一、全球互联网发展数据统计
- 二、世界各国互联网管理概况
- 三、美国互联网行业发展现状
- 四、欧洲互联网数据统计简况
- 五、韩国互联网行业发展概述

第二节、中国互联网产业概况

- 一、我国互联网产业发展概述
- 二、国内互联网产业发展特点浅析

- 三、我国互联网产业发展的三大看点
- 四、我国互联网产业步入下一个高速发展期
- 五、中国移动互联网发展综述

第三节、下一代互联网

- 一、我国下一代互联网发展概况
- 二、下一代互联网发展的战略性地位
- 三、下一代互联网商业化过渡深度剖析
- 四、加快发展下一代互联网的建议

第四节、互联网产业发展的问题对策

- 一、中国互联网产业发展的制约因素
- 二、互联网行业发展的版权问题
- 三、中国互联网产业发展对策

第五节、互联网发展的前景趋势

- 一、互联网未来发展趋向
- 二、中国互联网发展前景展望

第三章、世界互联网广告市场

第一节、世界互联网广告市场概述

- 一、全球网络广告市场回顾
- 二、全球互联网广告发展概况
- 三、全球互联网广告支出简述
- 四、全球社交网络广告市场份额
- 五、全球手机互联网广告开支将急剧上涨

第二节、美国网络广告市场

- 一、2009年美国网络广告市场分析
- 二、2009年美国四大网络广告公司业绩概述
- 三、2010年美国互联网广告业务创记录
- 四、2011年美国网络广告业务分析
- 五、美国移动互联网广告市场结构及走势

第三节、英国网络广告市场

- 一、2008年英国网络广告市场支出情况
- 二、2009年英国网络广告首次超过电视

三、2010年英国网络广告市场发展状况

四、2011年英国网络广告市场发展分析

第四节、法国网络广告市场

一、2008年法国网络广告市场浅析

二、2009年法国网络广告收入增速放缓

三、2010年法国网络广告收入征税提上日程

四、2011年法国网络广告市场发展分析

第五节、日本网络广告市场

一、日本网络广告收入情况

二、日本互联网广告额超报纸

三、日本网络搜索互动广告市场调查解析

第六节、其它国家网络广告市场

一、瑞典

二、俄罗斯

三、泰国

第四章、中国互联网广告行业综合分析

第一节、中国网络广告行业概况

一、互联网广告的发展阶段分析

二、我国网络广告市场发展的特点

三、我国网络广告高速增长

第二节、2009-2011年中国网络广告市场发展综述

一、2009年中国网络广告市场发展概况

二、2009年中国网络广告营销市场规模分析

三、2009年中国网络广告市场发展的四大特征

四、2010年中国网络广告市场事件评述

五、2010年中国网络广告市场营收状况

六、2011年中国网络广告市场营收状况

第三节、网络广告精准营销分析

一、精准营销的优势

二、网络广告精准营销表现形式及其有效性

三、网络广告精准营销的缺陷

四、网络广告精准营销策略

第四节、互联网广告行业发展面临的挑战

- 一、网络广告行业有待规范
- 二、互联网广告发展面临重大挑战
- 三、中国网络广告存在的问题
- 四、我国网络广告发展存在的不足

第五节、互联网广告行业发展对策

- 一、互联网广告行业发展建议
- 二、我国网络广告发展的对策
- 三、我国网络广告的发展策略

第五章、视频广告

第一节、富媒体广告分析

- 一、富媒体广告发展相关概述
- 二、富媒体广告的历史及发展形式
- 三、富媒体广告在危机中的价值体现
- 四、富媒体广告发展现状

第二节、视频广告发展概况

- 一、视频广告发展历程
- 二、视频广告市场发展概述
- 三、独立第三方监测助推视频广告发展
- 四、网络视频广告发展取得长足进步
- 五、中国视频广告倍受关注
- 六、有效视频广告特点分析

第三节、主要视频网广告发展动态

- 一、YouTube视频广告投放情况
- 二、Hulu视频广告成功模式解析
- 三、土豆网视频广告发展新特点
- 四、优酷广告表现突出
- 五、酷6将步入广告盈利年

第四节、视频广告发展的问题对策

- 一、视频广告主信心仍较脆弱

二、我国网络视频广告发展的制约因素

三、视频广告发展五大问题尚待解决

四、网络视频广告发展策略

第五节、视频广告前景展望

一、网络视频广告发展趋势

二、视频广告市场前景看好

三、视频植入广告前景乐观

第六章、搜索广告

第一节、搜索广告发展概况

一、付费搜索广告市场大受欢迎

二、中国本土付费搜索广告市场分析

三、搜索引擎广告付费收录模式分析

四、搜索引擎广告影响力巨大

第二节、中国搜索广告市场近况

一、中国搜索广告市场营收状况

二、百度与谷歌占中国搜索广告市场的份额

三、2011年国内搜索广告市场综述

第三节、重点企业搜索广告业务发展状况

一、百度搜索类广告营收高速增长

二、谷歌加大移动搜索广告发展步伐

三、雅虎与微软搜索广告合作获批

四、易查发力移动搜索广告市场

五、腾讯搜搜借助开眼数据开发搜索广告市场

第七章、网络游戏广告

第一节、网络游戏广告发展探析

一、网络游戏成为广告载体的原因

二、网络游戏广告发展的优势

三、网络游戏广告发展的形式

四、剖析网络游戏广告市场

第二节、网络游戏内置广告相关概述

- 一、网络游戏植入式广告定义
- 二、网络游戏植入式广告优势
- 三、网络游戏植入式广告的植入模式
- 四、网游内置广告的技术实现方式

第三节、网络游戏内置广告发展分析

- 一、我国网络游戏内置广告发展环境浅析
- 二、网络游戏内置广告市场发展潜力倍受关注
- 三、网络游戏内置广告发展现状

第四节、网络游戏内置广告存在的问题及对策

- 一、网络游戏植入式广告存在的问题
- 二、网络游戏内置广告发展面临的困境
- 三、网络游戏内置广告现存的发展瓶颈及对策
- 四、网络游戏植入式广告的发展策略

第五节、网络游戏广告开发战略

- 一、网络游戏广告的4Ps策略
- 二、网络游戏广告的效果测量战略

第八章、互联网广告市场竞争分析

第一节、网络广告与传统媒体广告的竞争

- 一、网络广告自适性优于传统媒体广告
- 二、网络广告与传统广告的竞争与融合
- 三、网络广告与传统媒体广告竞争比较
- 四、报纸和网络的广告经营整合战略

第二节、网络广告市场竞争概况

- 一、国内网络广告业竞争格局
- 二、中国互联网广告行业竞争变化分析
- 三、4A公司争食网络广告市场

第三节、互联网巨头广告业务竞争状况

- 一、Google、雅虎和微软广告业务竞争加剧
- 二、中国互联网四巨头广告市场竞争激烈
- 三、主要门户网站加强广告业务保卫战

第四节、网络广告联盟发展分析

- 一、网络广告联盟概述
- 二、网络广告联盟的产业链
- 三、网络广告联盟市场规模分析
- 四、网络广告联盟平台核心竞争力
- 五、网络广告联盟市场问题及发展建议
- 六、网络广告联盟市场发展趋势

第九章、重点网络广告公司发展分析

第一节、分众传媒控股有限公司

- 一、公司简介
- 二、2009年分众传媒经营状况分析
- 三、2010年分众传媒经营状况分析
- 四、2011年分众传媒经营状况分析

第二节、悠易互通（北京）广告有限公司

- 一、公司简介
- 二、悠易互通发展概况
- 三、悠易互通获得首轮风险投资

第三节、麒润

- 一、公司简介
- 二、麒润网络广告发展优势
- 三、麒麟网络广告发布目标锁定

第四节、郑州市传力广告有限公司

- 一、公司简介
- 二、公司网络视频广告领域发展迅猛
- 三、传力广告发展面临的机遇与挑战

第十章、互联网广告投放分析

第一节、互联网广告投放总况

- 一、网络广告投放行业概述
- 二、2009年我国十大行业网络广告投放评述
- 三、2010年我国各行业网络广告投放分析
- 四、2011年我国各行业网络广告投放分析

第二节、汽车行业

- 一、汽车行业发展概况
- 二、汽车行业网络广告投放分析
- 三、汽车行业网络广告投放增长情况

第三节、食品饮料行业

- 一、中国饮料行业网络广告投放概况
- 二、中国乳制品行业网络广告投放分析
- 三、我国酒业网络广告投放特点

第四节、房产家居行业

- 一、中国房地产行业网络广告投放特点
- 二、中国房产类网络广告投放概况
- 三、我国家居行业网络媒体广告投放分析

第五节、金融行业

- 一、金融行业网络广告投放综述
- 二、金融行业网络广告投放现状
- 三、金融保险行业网络广告投放分析

第六节、通信行业

- 一、通信行业运行及网络广告投放情况
- 二、2009年通信行业网络广告投放概述
- 三、2010年通信行业网络广告投放分析
- 四、2011年通信行业网络广告投放分析

第七节、其它行业

- 一、3C行业网络广告投放
- 二、服装服饰行业网络广告投放
- 三、体育行业网络广告投放
- 四、化妆与卫生用品行业网络广告投放

第十一章、网络广告业发展前景趋势

第一节、网络广告业发展趋势分析

- 一、网络广告发展的四大走向
- 二、未来网络广告行业发展趋向
- 三、我国网络广告市场未来发展趋势

第二节、网络广告行业发展前景展望

一、全球互联网广告发展预测

二、2013年网络广告市场预测分析

三、未来互联网广告发展前景展望

四、2012-2016年中国互联网广告行业预测

附录

附录一：中华人民共和国广告法

附录二：互联网信息服务管理办法

附录三：北京市网络广告管理暂行办法

附录四：浙江省网络广告登记管理暂行办法

图表目录：

图表 世界互联网使用和人口统计数字

图表 全球互联网用户分布

图表 全球互联网所在地区渗透率

图表 全球互联网用户统计

图表 欧洲网民统计数据

图表 欧洲的十大互联网大国排名

图表 韩国网民数量和互联网普及率

图表 全球广告支出变化趋势（不同媒介）

图表 全球各媒介广告投放量增长情况

图表 互联网广告产业链

图表 中国主要网络广告市场份额变化趋势

图表 互联网广告对分众传媒净收入的贡献

图表 全美四大网络广告公司各季度具体业绩数据汇总

图表 2008-2013年美国移动互联网广告结构

图表 中国网民规模与增长率

图表 中国主流网站独立用户变化趋势

图表 网民重大事件最主要的信息渠道

图表 网民对网络广告持有态度结构

图表 不同类型网民对网络广告的信任度

图表 2005-2013年中国网络广告市场规模

图表 中国GDP企业景气指数及品牌网络广告主要数量变化趋势

图表 2005-2013年中国品牌网络广告细分形势结构趋势预测

图表 2005-2012年中国搜索引擎广告市场营收规模及预测

图表 2005-2012年中国网络广告投放规模（包括广告代理）及预测

图表 2007-2012年中国综合门户广告营收规模及预测

图表 网民年龄结构

图表 网民职业结构

图表 网民收入结构

图表 中国网络广告市场趋势

图表 主流视频网站月度视频广告主数量变化趋势

图表 主流视频网站月度视频广告项目数量变化趋势

图表 中国互联网受众广告形势关注/浏览特征统计

图表 视频网站广告主和推广项目数量

图表 中国搜索引擎广告营收规模

图表 中国搜索引擎运营商市场规模

图表 中国搜索引擎运营商市场份额

图表 游戏内置广告产业链

图表 网络游戏用户对游戏内置广告的态度

图表 中国互联网用户点击/参与最多广告形式统计

图表 中国互联网用户影响购买行为广告形式统计

图表 Google部分财务数据

图表 WPP部分财务数据

图表 各行业广告主数量变化

图表 中国不同行业网络广告投放费用

图表 不同规模企业投放网络广告情况

图表 企业选择投放网络广告的原因

图表 企业投放网络广告媒体选择考虑因素

图表 中国互联网广告主TOP50

图表 中国交通类网络广告投放费用

图表 中国汽车行业网络广告主数量

图表 中国汽车行业品牌网络广告投放前20名广告主情况

图表 中国饮料行业网络广告投放情况

图表 饮料行业网络广告投放前10名广告主情况

图表 饮料行业网络广告投放网络媒体选择情况

图表 乳制品行业品牌网络广告投放产品情况

图表 中国乳制品行业品牌网络广告投放TOP20广告主

图表 酒行业品牌网络广告投放产品情况

图表 中国酒业品牌网络广告投放TOP20广告主

图表 中国房地产类广告主品牌网络广告投放费用

图表 中国房地产类品牌网络广告主数量

图表 中国TOP3房产类媒体房产网络广告收入

图表 中国家居行业网络媒体广告投放量

图表 中国家居行业网络媒体广告投放广告主分布（按月份）

图表 家居行业广告投放媒体类型选择

图表 金融行业在不同种类媒体上投放品牌广告比例

图表 金融行业搜索引擎竞价广告投放概况

图表 金融行业广告投放增长情况

图表 金融行业网络广告费用月趋势

图表 金融行业网络广告投放网络媒体选择

图表 金融行业电子商务评价

图表 金融行业四大支柱广告触网率与投放费用

图表 金融细分行业投放费用差异

图表 金融行业不同电子商务应用等级的广告主投放网络广告费用的差异

图表 金融行业不同网站信息量的广告主投放网络广告费用的差异

图表 金融细分行业电子商务程度差异

图表 金融行业细分行业综合比较

图表 金融保险行业品牌网络广告投放排名

图表 金融保险行业品牌网络广告投放媒体排名

图表 金融保险行业品牌网络广告月度投放走势

图表 中国通信行业品牌网络广告投放TOP10广告主

图表 服装服饰行业品牌网络广告投放产品情况

图表 中国服装服饰行业品牌网络广告投放TOP20广告主

图表 中国化妆与卫生用品行业品牌网络广告投放TOP20广告主

图表 2012-2016年中国网络广告行业预测

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/210863.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。