



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2013-2018年中国互联网广告市场深度分析与投资前景预测报告

## 一、调研说明

《2013-2018年中国互联网广告市场深度分析与投资前景预测报告》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/237169.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

网络广告是一种新兴的广告形式，是确定的广告主以付费方式运用互联网媒体对公众进行劝说的一种信息传播活动。其目的在于影响人们对所做广告的商品或劳务的态度，进而诱发其行动而使广告主得到利益的活动。

近年来，我国网络广告业发展迅速。2011年中国网络广告市场规模达到511.9亿，2012年增长到753.1亿，较2011年增长46.8%，网络广告市场进入相对平稳的增长期。未来，互联网、移动互联网和广播电视网络的相互融合，电脑屏、手机屏和电视屏的无缝连接，都是中国互联网领域发展的趋势。同样，更精准的搜索匹配，针对性更强的动态投放展示，更丰富的表达形式，以及线上和线下多渠道的并行推送也都会是中国互联网广告的发展方向。

艾凯咨询集团发布的《2013-2018年中国互联网广告市场深度分析与投资前景预测报告》共十一章。首先介绍了互联网广告相关概述、中国互联网广告市场运行环境等，接着分析了中国互联网广告市场发展的现状，然后介绍了中国互联网广告重点区域市场运行形势。随后，报告对中国互联网广告重点企业经营状况分析，最后分析了中国互联网广告行业发展趋势与投资预测。您若想对互联网广告产业有个系统的了解或者想投资互联网广告行业，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。

### 第一章 互联网广告相关概述

#### 1.1 网络广告的定义及起源

##### 1.1.1 网络广告的定义

##### 1.1.2 网络广告的特点

##### 1.1.3 网络广告的价值

#### 1.2 互联网广告模式

##### 1.2.1 传统展示广告模式

##### 1.2.2 即时信息（IM）广告模式

##### 1.2.3 窄告网广告模式

##### 1.2.4 网络视频广告模式

##### 1.2.5 富媒体（Rich Media）广告

- 1.2.6 搜索引擎广告
- 1.2.7 电子邮件广告模式
- 1.3 网络广告其它相关介绍
  - 1.3.1 网络广告的主要形式
  - 1.3.2 网络广告评估的方法
  - 1.3.3 网络广告的计费方式

## 第二章 2012-2013年互联网产业发展状况

- 2.1 2012-2013年世界互联网产业分析
  - 2.1.1 2011年全球互联网产业的发展
  - 2.1.2 2012年全球互联网行业分析
  - 2.1.3 2013年全球互联网行业分析
  - 2.1.4 世界各国互联网管理概况
- 2.2 2012-2013年中国互联网产业综述
  - 2.2.1 互联网行业在国民经济中的地位
  - 2.2.2 我国互联网行业发展的特点
  - 2.2.3 我国互联网基础资源分析
  - 2.2.4 我国互联网行业规模和结构分析
- 2.3 2012-2013年中国互联网行业用户分析
  - 2.3.1 我国互联网用户规模
  - 2.3.2 我国互联网用户分布状况
  - 2.3.3 我国互联网用户结构特征分析
- 2.4 2012-2013年中国互联网行业竞争状况
  - 2.4.1 我国互联网行业集中度分析
  - 2.4.2 我国互联网行业的进入与退出壁垒分析
  - 2.4.3 我国互联网行业竞争结构分析
  - 2.4.4 我国互联网行业生命周期分析
- 2.5 互联网产业发展的问题对策
  - 2.5.1 中国互联网面临"大而不强"的困局
  - 2.5.2 我国互联网行业发展存在的矛盾
  - 2.5.3 中国互联网产业发展对策
  - 2.5.4 保障我国互联网行业健康发展的措施

- 2.6 中国互联网行业投融资状况分析
  - 2.6.1 我国互联网行业资金渠道分析
  - 2.6.2 2011年我国互联网行业投资分析
  - 2.6.3 2012年我国移动互联网投资状况
  - 2.6.4 我国互联网并购状况
- 2.7 "十二五"中国互联网发展规划探析

### 第三章 2012-2013年世界互联网广告市场

- 3.1 世界互联网广告市场分析
  - 3.1.1 全球互联网广告发展回顾
  - 3.1.2 2011年全球互联网广告市场简况
  - 3.1.3 2012年全球互联网广告开支状况
  - 3.1.4 全球手机互联网广告开支将急剧上涨
- 3.2 2012-2013年美国网络广告市场分析
  - 3.2.1 美国网络广告市场的发展特点
  - 3.2.2 美国网络广告市场发展回顾
  - 3.2.3 2012年美国互联网广告市场分析
  - 3.2.4 2013年美国互联网广告市场状况
  - 3.2.5 美国移动互联网广告市场结构及走势
- 3.3 2012-2013年英国网络广告市场分析
  - 3.3.1 英国网络广告市场增长迅速
  - 3.3.2 英国网络广告市场规模状况
  - 3.3.3 英国人均网络广告开支预测
- 3.4 2012-2013年其它国家网络广告市场分析
  - 3.4.1 法国
  - 3.4.2 俄罗斯
  - 3.4.3 巴西
  - 3.4.4 韩国
  - 3.4.5 泰国

### 第四章 2012-2013年中国互联网广告行业综合分析

- 4.1 中国网络广告行业综述

- 4.1.1 互联网广告的发展阶段分析
- 4.1.2 我国网络广告市场发展的特点
- 4.1.3 我国网络广告消费群体分析
- 4.2 2010-2013年中国网络广告市场的发展
  - 4.2.1 2010年中国网络广告市场规模分析
  - 4.2.2 2010年中国网络广告行业热点分析
  - 4.2.3 2011年中国网络广告市场分析
  - 4.2.4 2012年中国网络广告逆势增长
  - 4.2.5 2013年我国网络广告运行现状
- 4.3 网络广告精准营销分析
  - 4.3.1 精准营销的优势
  - 4.3.2 网络广告精准营销表现形式及其有效性
  - 4.3.3 网络广告精准营销的缺陷
  - 4.3.4 网络广告精准营销策略
- 4.4 互联网广告行业发展面临的挑战
  - 4.4.1 我国互联网广告发展中的问题
  - 4.4.2 制约中国网络广告发展的瓶颈
- 4.5 提升互联网广告投放绩效的关键

## 第五章 2012-2013年视频广告市场分析

- 5.1 2012-2013年富媒体广告分析
  - 5.1.1 富媒体广告发展相关概述
  - 5.1.2 富媒体广告发展综述
  - 5.1.3 富媒体广告综合表现力良好
  - 5.1.4 富媒体广告发展存在的问题
- 5.2 2012-2013年视频广告市场发展综述
  - 5.2.1 全球视频广告市场现状分析
  - 5.2.2 视频广告影响力日益加大
  - 5.2.3 在线视频广告竞争力上升
- 5.3 2012-2013年中国网络视频广告收入分析
  - 5.3.1 2011年中国网络视频广告收入
  - 5.3.2 2012年中国网络视频广告收入

- 5.3.3 2013年第一季度中国网络视频广告收入
- 5.3.4 2013年第二季度中国网络视频广告收入
- 5.4 2012-2013年主要视频网广告发展动态
- 5.5 视频广告发展的问题及对策
- 5.6 在线视频广告收入将超电视广告

## 第六章 2012-2013年搜索广告市场分析

- 6.1 搜索广告发展概况
  - 6.1.1 搜索广告市场发展态势分析
  - 6.1.2 付费搜索广告市场大受欢迎
  - 6.1.3 平板领域付费搜索广告增长迅速
  - 6.1.4 搜索引擎广告付费收录模式分析
- 6.2 2012-2013年中国搜索广告市场的发展
  - 6.2.1 2011年中国搜索广告市场分析
  - 6.2.2 2012年中国搜索广告市场分析
  - 6.2.3 2013年上半年中国搜索广告市场分析
- 6.3 2012-2013年重点企业搜索广告业务发展状况
  - 6.3.1 搜索广告市场重点企业竞争激烈
  - 6.3.2 百度搜索广告业务发展现状
  - 6.3.3 谷歌搜索广告收入占比高
  - 6.3.4 雅虎搜索广告营收增长情况
  - 6.3.5 易查推出移动搜索关键词广告业务
  - 6.3.6 腾讯搜索发力无线搜索广告市场

## 第七章 2012-2013年网络游戏广告市场分析

- 7.1 2012-2013年网络游戏广告发展探析
  - 7.1.1 网络游戏成为广告载体的原因
  - 7.1.2 网络游戏广告发展的优势
  - 7.1.3 2011年中国网络游戏广告市场分析
  - 7.1.4 2012年中国网络游戏广告市场分析
  - 7.1.5 2013年上半年中国网络游戏广告市场分析
- 7.2 网络游戏内置广告相关概述

- 7.2.1 网络游戏植入式广告定义
- 7.2.2 网络游戏植入式广告优势
- 7.2.3 网络游戏植入式广告的植入模式
- 7.2.4 网游内置广告的技术实现方式
- 7.3 2012-2013年网络游戏内置广告发展分析
  - 7.3.1 网络游戏植入广告市场剖析
  - 7.3.2 网游植入广告市场呈现多元化发展
  - 7.3.3 网络游戏内置广告市场面临发展机遇
  - 7.3.4 游戏内置广告行业前景看好
- 7.4 网络游戏内置广告存在的问题及对策
  - 7.4.1 网络游戏植入式广告存在的问题
  - 7.4.2 网络游戏内置广告发展面临的困境
  - 7.4.3 网络游戏内置广告现存的发展瓶颈及对策
  - 7.4.4 网络游戏植入式广告的发展策略
  - 7.4.5 网游内置广告需构建效果评估指标
- 7.5 网络游戏广告开发战略
  - 7.5.1 网络游戏广告的4Ps策略
  - 7.5.2 网络游戏广告的效果测量战略

## 第八章 2012-2013年互联网广告市场竞争分析

- 8.1 2012-2013年网络广告与传统媒体广告的竞争
  - 8.1.1 网络广告自适性优于传统媒体广告
  - 8.1.2 全球网络广告超越传统媒体广告
  - 8.1.3 中国网络广告首次超越传统媒体广告
  - 8.1.4 网络广告增长速度超越传统媒体广告
- 8.2 2012-2013年网络广告市场竞争概况
  - 8.2.1 限广令加剧网络广告市场竞争
  - 8.2.2 中国互联网广告市场竞争态势分析
  - 8.2.3 互联网广告市场竞争激烈
- 8.3 2012-2013年互联网巨头广告业务竞争状况
  - 8.3.1 三大互联网巨头争夺移动广告市场份额
  - 8.3.2 互联网巨头争占社交网络广告市场

### 8.3.3 微软、谷歌和雅虎争夺互联网显示广告市场

## 第九章 2012-2013年重点网络广告公司发展分析

### 9.1 分众传媒控股有限公司

#### 9.1.1 公司简介

#### 9.1.2 公司竞争力分析

### 9.2 悠易互通(北京)广告有限公司

#### 9.2.1 公司简介

#### 9.2.2 公司竞争力分析

### 9.3 麒润

#### 9.3.1 公司简介

#### 9.3.2 公司竞争力分析

### 9.4 其他网络广告企业分析

#### 9.4.1 华扬联众

#### 9.4.2 郑州市传力广告有限公司

#### 9.4.3 新意互动广告有限公司

## 第十章 2012-2013年热点行业互联网广告投放分析

### 10.1 汽车行业

### 10.2 食品饮料行业

### 10.3 房产家居行业

### 10.4 金融行业

### 10.5 通信行业

### 10.6 其它行业

#### 10.6.1 手机

#### 10.6.2 医院

#### 10.6.3 服装

#### 10.6.4 化妆品

## 第十一章 网络广告业发展前景趋势分析

### 11.1 全球网络广告行业发展展望

#### 11.1.1 全球互联网广告市场展望

- 11.1.2 全球移动互联网广告市场规模分析预测
- 11.2 中国网络广告业发展前景趋势分析
  - 11.2.1 我国互联网广告发展前景看好
  - 11.2.2 未来网络广告行业发展趋向
  - 11.2.3 2013-2018年中国互联网广告业预测分析

图表目录：

- 图表：国内生产总值同比增长速度
- 图表：全国粮食产量及其增速
- 图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）
- 图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）
- 图表：进出口总额（亿美元）
- 图表：广义货币（M2）增长速度（%）
- 图表：居民消费价格同比上涨情况
- 图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）
- 图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）
- 图表：农村居民人均收入实际增长速度
- 图表：人口及其自然增长率变化情况
- 图表：2012年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）
- 图表：2012年房地产开发投资同比增速（%）
- 图表：2013年中国GDP增长预测
- 图表：国内外知名机构对2013年中国GDP增速预测
- 图表：略&hellip;&hellip;

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/237169.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。