



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2018-2024年中国移动电视广告 行业市场发展现状调研及投资趋 势前景报告

# 一、调研说明

《2018-2024年中国移动电视广告行业市场发展现状调研及投资趋势前景报告》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/293347.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

报告目录：

第一部分 行业运行环境

第一章 移动电视广告行业相关概述

第一节 移动电视广告行业定义及分类

一、行业定义

二、行业主要分类

三、行业特性及在国民经济中的地位

第二节 移动电视广告行业统计标准

一、统计部门和统计口径

二、行业主要统计方法介绍

三、行业涵盖数据种类介绍

第三节 2018-2024中国移动电视广告行业经济指标分析

一、赢利性

二、成长速度

三、附加值的提升空间

四、进入壁垒 / 退出机制

五、风险性

六、行业周期

七、竞争激烈程度指标

八、行业及其主要子行业成熟度分析

第四节 移动电视广告行业产业链分析

一、产业链结构分析

二、主要环节的增值空间

三、与上下游行业之间的关联性

四、行业产业链上游相关行业分析

五、行业下游产业链相关行业分析

六、上下游行业影响及风险提示

第二章 移动电视广告行业2018-2024规划概述

第一节 2013-2017移动电视广告行业发展回顾

一、2013-2017移动电视广告行业运行情况

二、2013-2017移动电视广告行业发展特点

三、2013-2017移动电视广告行业发展成就

## 第二节 移动电视广告行业2018-2024总体规划

一、移动电视广告行业2018-2024规划纲要

二、移动电视广告行业2018-2024规划指导思想

三、移动电视广告行业2018-2024规划主要目标

## 第三节 2018-2024规划解读

一、2018-2024规划的总体战略布局

二、2018-2024规划对经济发展的影响

三、2018-2024规划的主要精神解读

## 第三章 2018-2024经济环境分析

### 第一节 2018-2024世界经济发展趋势

一、2018-2024世界经济将逐步恢复增长

二、2018-2024经济全球化曲折发展

三、2018-2024新能源与节能环保将引领全球产业

四、2018-2024跨国投资再趋活跃

五、2018-2024气候变化与能源资源将制约世界经济

六、2018-2024美元地位继续削弱

七、2018-2024世界主要新兴经济体大幅提升

### 第二节 2018-2024我国经济面临的形势

一、2018-2024我国经济将长期趋好

二、2018-2024我国经济将围绕三个转变

三、2018-2024我国工业产业将全面升级

四、2018-2024我国以绿色发展战略为基调

### 第三节 2018-2024我国对外经济贸易预测

一、2018-2024我国劳动力结构预测

二、2018-2024我国贸易形式和利用外资方式预测

三、2018-2024我国自主创新结构预测

四、2018-2024我国产业体系预测

五、2018-2024我国产业竞争力预测

六、2018-2024我国经济国家化预测

七、2018-2024我国经济将面临的贸易障碍预测

八、2018-2024人民币区域化和国际化预测

九、2018-2024我国对外贸易与城市发展关系预测

十、2018-2024我国中小企业面临的外需环境预测

## 第二部分 行业深度分析

### 第四章 移动电视广告行业全球发展分析

#### 第一节 全球移动电视广告市场总体情况分析

一、全球移动电视广告行业的发展特点

二、2016-2017年全球移动电视广告市场结构

三、2016-2017年全球移动电视广告行业发展分析

四、2016-2017年全球移动电视广告行业竞争格局

五、2016-2017年全球移动电视广告市场区域分布

#### 第二节 全球主要国家（地区）市场分析

##### 一、欧洲

1、欧洲移动电视广告行业发展概况

2、2016-2017年欧洲移动电视广告市场结构

3、2018-2024欧洲移动电视广告行业发展前景预测

##### 二、北美

1、北美移动电视广告行业发展概况

2、2016-2017年北美移动电视广告市场结构

3、2018-2024北美移动电视广告行业发展前景预测

##### 三、日本

1、日本移动电视广告行业发展概况

2、2016-2017年日本移动电视广告市场结构

3、2018-2024日本移动电视广告行业发展前景预测

##### 四、韩国

1、韩国移动电视广告行业发展概况

2、2016-2017年韩国移动电视广告市场结构

3、2018-2024韩国移动电视广告行业发展前景预测

##### 五、其他国家地区

### 第五章 2013-2017移动电视广告行业总体发展状况

#### 第一节 移动电视广告行业特性分析

#### 第二节 移动电视广告产业特征与行业重要性

### 第三节 2013-2017移动电视广告行业发展分析

#### 一、2013-2017移动电视广告行业发展态势分析

#### 二、2013-2017移动电视广告行业发展特点分析

#### 三、2018-2024区域产业布局与产业转移

### 第四节 2013-2017移动电视广告行业规模情况分析

#### 一、行业单位规模情况分析

#### 二、行业人员规模状况分析

#### 三、行业资产规模状况分析

#### 四、行业市场规模状况分析

### 第五节 2013-2017移动电视广告行业财务能力分析

#### 一、行业盈利能力分析与预测

#### 二、行业偿债能力分析与预测

#### 三、行业营运能力分析与预测

#### 四、行业发展能力分析与预测

## 第六章 中国移动电视广告市场规模分析

### 第一节 2013-2017中国移动电视广告市场规模分析

### 第二节 2013-2017我国移动电视广告区域结构分析

### 第三节 2013-2017中国移动电视广告区域市场规模

#### 一、2013-2017东北地区市场规模分析

#### 二、2013-2017华北地区市场规模分析

#### 三、2013-2017华东地区市场规模分析

#### 四、2013-2017华中地区市场规模分析

#### 五、2013-2017华南地区市场规模分析

#### 六、2013-2017西部地区市场规模分析

### 第四节 2018-2024中国移动电视广告市场规模预测

## 第七章 我国电视广告行业运行分析

### 第一节 我国电视广告行业发展状况分析

#### 一、我国电视广告行业发展阶段

#### 二、我国电视广告行业发展总体概况

#### 三、我国电视广告行业发展特点分析

#### 四、我国电视广告行业商业模式分析

### 第二节 我国移动电视广告行业发展状况分析

一、我国移动电视广告行业发展阶段

二、我国移动电视广告行业发展总体概况

三、我国移动电视广告行业发展特点分析

四、我国移动电视广告行业商业模式分析

第三节 2016-2017年移动电视广告行业发展现状

一、2016-2017年我国移动电视广告行业市场规模

二、2016-2017年我国移动电视广告行业发展分析

三、2016-2017年中国移动电视广告企业发展分析

第四节 2016-2017年移动电视广告市场情况分析

一、2015-2017年中国移动电视广告市场总体概况

二、2016-2017年中国移动电视广告市场发展分析

第五节 我国移动电视广告市场价格走势分析

一、移动电视广告市场定价机制组成

二、移动电视广告市场价格影响因素

三、2016-2017年移动电视广告价格走势分析

四、2018-2024移动电视广告价格走势预测

第八章 2018-2024我国移动电视广告市场供需形势分析

第一节 我国移动电视广告市场供需分析

一、2016-2017年我国移动电视广告行业供给情况

1、我国移动电视广告行业供给分析

2、重点企业供给及占有份额

二、2016-2017年我国移动电视广告行业需求情况

1、移动电视广告行业需求市场

2、移动电视广告行业客户结构

3、移动电视广告行业需求的地区差异

三、2016-2017年我国移动电视广告行业供需平衡分析

第二节 移动电视广告产品（服务）市场应用及需求预测

一、移动电视广告产品（服务）应用市场总体需求分析

1、移动电视广告产品（服务）应用市场需求特征

2、移动电视广告产品（服务）应用市场需求总规模

二、2018-2024移动电视广告行业领域需求量预测

1、2018-2024移动电视广告行业领域需求产品（服务）功能预测

## 2、2018-2024移动电视广告行业领域需求产品（服务）市场格局预测

### 三、重点行业移动电视广告产品（服务）需求分析预测

## 第三部分 行业竞争策略

### 第九章 2018-2024移动电视广告行业产业结构调整分析

#### 第一节 移动电视广告产业结构分析

##### 一、市场细分充分程度分析

##### 二、各细分市场领先企业排名

##### 三、各细分市场占总市场的结构比例

##### 四、领先企业的结构分析（所有制结构）

#### 第二节 产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析

##### 一、产业价值链的构成

##### 二、产业链条的竞争优势与劣势分析

#### 第三节 2018-2024产业结构发展预测

##### 一、产业结构调整指导政策分析

##### 二、产业结构调整中消费者需求的引导因素

##### 三、中国移动电视广告行业参与国际竞争的战略市场定位

##### 四、2018-2024产业结构调整方向分析

### 第十章 移动电视广告行业竞争力优势分析

#### 第一节 移动电视广告行业竞争力优势分析

##### 一、行业地位分析

##### 二、行业整体竞争力评价

##### 三、行业竞争力评价结果分析

##### 四、竞争优势评价及构建建议

#### 第二节 中国移动电视广告行业竞争力分析

##### 一、我国移动电视广告行业竞争力剖析

##### 二、我国移动电视广告企业市场竞争的优势

##### 三、民企与外企比较分析

##### 四、国内移动电视广告企业竞争能力提升途径

#### 第三节 移动电视广告行业SWOT分析

##### 一、移动电视广告行业优势分析

##### 二、移动电视广告行业劣势分析

##### 三、移动电视广告行业机会分析



#### 四、移动电视广告行业威胁分析

### 第十一章 2018-2024移动电视广告行业市场竞争策略分析

#### 第一节 行业总体市场竞争状况分析

##### 一、移动电视广告行业竞争结构分析

- 1、现有企业间竞争
- 2、潜在进入者分析
- 3、替代品威胁分析
- 4、供应商议价能力
- 5、客户议价能力
- 6、竞争结构特点总结

##### 二、移动电视广告行业企业间竞争格局分析

- 1、不同地域企业竞争格局
- 2、不同规模企业竞争格局
- 3、不同所有制企业竞争格局

##### 三、移动电视广告行业集中度分析

- 1、市场集中度分析
- 2、企业集中度分析
- 3、区域集中度分析
- 4、各子行业集中度
- 5、集中度变化趋势

#### 第二节 中国移动电视广告行业竞争格局综述

##### 一、移动电视广告行业竞争概况

- 1、中国移动电视广告行业品牌竞争格局
- 2、移动电视广告业未来竞争格局和特点
- 3、移动电视广告市场进入及竞争对手分析

##### 二、移动电视广告行业主要企业竞争力分析

- 1、重点企业资产总计对比分析
- 2、重点企业从业人员对比分析
- 3、重点企业营业收入对比分析
- 4、重点企业利润总额对比分析
- 5、重点企业综合竞争力对比分析

#### 第三节 2016-2017年移动电视广告行业竞争格局分析

- 一、2016-2017年国内外移动电视广告竞争分析
- 二、2016-2017年我国移动电视广告市场竞争分析
- 三、2016-2017年我国移动电视广告市场集中度分析
- 四、2016-2017年国内主要移动电视广告企业动向
- 五、2016-2017年国内移动电视广告企业拟在建项目分析

#### 第四节 移动电视广告企业竞争策略分析

- 一、提高移动电视广告企业核心竞争力的对策
- 二、影响移动电视广告企业核心竞争力的因素及提升途径
- 三、提高移动电视广告企业竞争力的策略

### 第十二章 2018-2024移动电视广告行业重点企业发展形势分析

#### 第一节 分众传媒控股有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业优劣势分析
- 三、2013-2017经营状况分析
- 四、2013-2017主要经营数据指标
- 五、2018-2024发展战略规划

#### 第二节 合众传播

- 一、企业概况
- 二、企业优劣势分析
- 三、2013-2017经营状况分析
- 四、2013-2017主要经营数据指标
- 五、2018-2024发展战略规划

#### 第三节 深圳移动视讯

- 一、企业概况
- 二、企业优劣势分析
- 三、2013-2017经营状况分析
- 四、2013-2017主要经营数据指标
- 五、2018-2024发展战略规划

#### 第四节 安徽分寸移动电视广告有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业优劣势分析
- 三、2013-2017经营状况分析

四、2013-2017主要经营数据指标

五、2018-2024发展战略规划

#### 第五节 宁波移动电视公司

一、企业概况

二、企业优劣势分析

三、2013-2017经营状况分析

四、2013-2017主要经营数据指标

五、2018-2024发展战略规划

六、2018-2024公司发展战略分析

#### 第六节 杭州地铁移动电视广告公司

一、企业概况

二、企业优劣势分析

三、2013-2017经营状况分析

四、2013-2017主要经营数据指标

五、2018-2024发展战略规划

### 第四部分 投资前景展望

## 第十三章 2018-2024移动电视广告行业投资前景展望

### 第一节 移动电视广告行业2018-2024投资机会分析

一、移动电视广告投资项目分析

二、可以投资的移动电视广告模式

三、2018-2024移动电视广告投资机会

### 第二节 2018-2024移动电视广告行业发展预测分析

一、2018-2024移动电视广告发展分析

二、2018-2024移动电视广告行业技术开发方向

三、总体行业2018-2024整体规划及预测

### 第三节 未来市场发展趋势

一、产业集中度趋势分析

二、2018-2024行业发展趋势

### 第四节 2018-2024规划将为移动电视广告行业找到新的增长点

## 第十四章 2018-2024移动电视广告行业投资价值评估分析

### 第一节 移动电视广告行业投资特性分析

一、移动电视广告行业进入壁垒分析

## 二、移动电视广告行业盈利因素分析

## 三、移动电视广告行业盈利模式分析

### 第二节 2018-2024移动电视广告行业发展的影响因素

#### 一、有利因素

#### 二、不利因素

### 第三节 2018-2024移动电视广告行业投资价值评估分析

#### 一、行业投资效益分析

##### 1、行业活力系数比较及分析

##### 2、行业投资收益率比较及分析

##### 3、行业投资效益评估

#### 二、产业发展的空白点分析

#### 三、投资回报率比较高的投资方向

#### 四、新进入者应注意的障碍因素

### 第四节 2018-2024中国移动电视广告行业投资收益预测

#### 一、预测理论依据

#### 二、2018-2024中国移动电视广告行业总产值预测

#### 三、2018-2024中国移动电视广告行业销售收入预测

#### 四、2018-2024中国移动电视广告行业利润总额预测

#### 五、2018-2024中国移动电视广告行业总资产预测

## 第十五章 2018-2024移动电视广告行业发展趋势及投资风险分析

### 第一节 2013-2017移动电视广告存在的问题

### 第二节 2018-2024发展预测分析

#### 一、2018-2024移动电视广告发展方向分析

#### 二、2018-2024移动电视广告行业发展规模预测

#### 三、2018-2024移动电视广告行业发展趋势预测

### 第三节 2018-2024移动电视广告行业投资风险分析

#### 一、竞争风险分析

#### 二、市场风险分析

#### 三、管理风险分析

#### 四、投资风险分析

## 第十六章 移动电视广告行业2018-2024热点问题探讨

### 第一节 推进城镇化和加快新农村建设，调整优化城乡结构

第二节 发展绿色经济和移动电视广告经济，增强可持续发展能力

第三节 发挥地区比较优势，促进区域协调发展

第四节 建立扩大消费需求的长效机制研究

第五节 培育新型战略型产业，优化经济结构

第六节 2018-2024时期移动电视广告行业自身热点问题研究

一、行业技术发展热点问题

二、产业增长方式转型问题

三、行业产业链延伸问题

四、行业节能减排问题

五、行业产业转移及承接问题

第五部分 投资规划指导

第十七章 2018-2024移动电视广告行业面临的困境及对策

第一节 2017年移动电视广告行业面临的困境

第二节 移动电视广告企业面临的困境及对策

一、重点移动电视广告企业面临的困境及对策

1、重点移动电视广告企业面临的困境

2、重点移动电视广告企业对策探讨

二、中小移动电视广告企业发展困境及策略分析

1、中小移动电视广告企业面临的困境

2、中小移动电视广告企业对策探讨

三、国内移动电视广告企业的出路分析

第三节 中国移动电视广告行业存在的问题及对策

一、中国移动电视广告行业存在的问题

二、移动电视广告行业发展的建议对策

1、把握国家投资的契机

2、竞争性战略联盟的实施

3、企业自身应对策略

三、市场的重点客户战略实施

1、实施重点客户战略的必要性

2、合理确立重点客户

3、重点客户战略管理

4、重点客户管理功能

#### 第四节 中国移动电视广告市场发展面临的挑战与对策

### 第十八章 2018-2024移动电视广告行业投资战略研究

#### 第一节 移动电视广告行业发展战略研究

##### 一、战略综合规划

##### 二、技术开发战略

##### 三、业务组合战略

##### 四、区域战略规划

##### 五、产业战略规划

##### 六、营销品牌战略

##### 七、竞争战略规划

#### 第二节 对我国移动电视广告品牌的战略思考

##### 一、移动电视广告品牌的重要性

##### 二、移动电视广告实施品牌战略的意义

##### 三、移动电视广告企业品牌的现状分析

##### 四、我国移动电视广告企业的品牌战略

##### 五、移动电视广告品牌战略管理的策略

#### 第三节 移动电视广告经营策略分析

##### 一、移动电视广告市场细分策略

##### 二、移动电视广告市场创新策略

##### 三、品牌定位与品类规划

##### 四、移动电视广告新产品差异化战略

#### 第四节 移动电视广告行业投资战略研究

##### 一、2017年移动电视广告行业投资战略

##### 二、2018-2024移动电视广告行业投资战略

##### 三、2018-2024细分行业投资战略

### 第十九章 研究结论及投资建议

#### 第一节 移动电视广告行业研究结论及建议

#### 第二节 移动电视广告子行业研究结论及建议

#### 第三节 移动电视广告行业2018-2024投资建议

##### 一、行业发展策略建议

##### 二、行业投资方向建议

##### 三、行业投资方式建议

图表目录：

图表：移动电视广告行业生命周期

图表：移动电视广告行业产业链结构

图表：2016-2017年全球移动电视广告行业市场规模

图表：2016-2017年中国移动电视广告行业市场规模

图表：2016-2017年移动电视广告行业重要数据指标比较

图表：2016-2017年中国移动电视广告市场占全球份额比较

图表：2016-2017年移动电视广告行业销售收入

图表：2015-2017年移动电视广告行业利润总额

图表：2015-2017年移动电视广告行业资产总计

图表：2016-2017年移动电视广告行业负债总计

图表：2016-2017年移动电视广告行业竞争力分析

图表：2016-2017年移动电视广告市场价格走势

图表：2016-2017年移动电视广告行业主营业务收入

图表：2016-2017年移动电视广告行业主营业务成本

图表：2016-2017年移动电视广告行业销售费用分析

图表：2016-2017年移动电视广告行业管理费用分析

图表：2016-2017年移动电视广告行业财务费用分析

图表：2016-2017年移动电视广告行业销售毛利率分析

图表：2016-2017年移动电视广告行业销售利润率分析

图表：2016-2017年移动电视广告行业成本费用利润率分析

图表：2015-2017年移动电视广告行业总资产利润率分析

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/293347.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提供专业投资咨询报告、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。