



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2009-2012年中国互联网广告产业市场动态及投资前景预测报告



## 一、调研说明

《2009-2012年中国互联网广告产业市场动态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/97013.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 2008-2009年全球互联网广告产业发展状况分析

#### 第一节 2008-2009年全球网络广告市场发展概况

一、全球网络广告市场发展火热

二、全球网络广告开销增长迅速

三、网络广告支出概况

#### 第二节 2008-2009年全球互联网广告产业动态分析

一、全球互联网广告市场规模

二、全球互联网广告将超广播广告

四、2008年全球互联网广告开支总额

#### 第三节 2009-2012年全球互联网广告产业运行趋势分析

### 第二章 2008-2009年全球主要地区互联网广告产业运营情况分析

#### 第一节 2008-2009年美国网络广告市场分析

一、美国七种网络广告的研究发展

二、2008年美国互联网广告总开支分析

三、美国在线广告收入同比增长情况

四、美国网络广告规模2011年有望超报纸

五、美国报纸网站广告增长速度下降

六、美国网络广告市场巨头垄断

#### 第二节 2008-2009年欧洲网络广告市场分析

一、欧洲在线广告面临发展机遇

二、欧洲网络广告发展展望

三、英国互联网广告超过报纸广告

四、法国网络广告市场发展迅速

#### 第三节 2008-2009年日本网络广告市场状况分析

一、日本网络广告增长迅速

二、日本互联网广告营收状况

三、日本网络广告市场预测

四、日本网络广告发展刺激传统媒体变革

#### 第四节 2008-2009年韩国网络广告发展状况分析

一、韩国网络广告收入变化过程



- 二、韩国网络广告发力
- 三、韩国在线广告市场增长迅速
- 四、韩国互联网广告市场发展预测

### 第三章 2008-2009年中国互联网广告产业运行环境分析

#### 第一节 2008-2009年中国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP分析
- 二、城乡居民家庭人均可支配收入与恩格尔系数
- 三、存贷款利率变化

#### 第二节 2008-2009年中国互联网广告产业政策环境分析

- 一、中华人民共和国广告法
- 二、互联网信息服务管理办法
- 三、重点地区网络广告管理暂行办法

#### 第三节 2008-2009年中国互联网广告产业社会环境分析

### 第四章 2008-2009年中国互联网广告产业运行形势分析

#### 第一节 2008-2009年中国互联网广告市场发展综述

- 一、互联网广告价值解析
- 二、网络广告的发展是时代的选择
- 三、中国网络广告收入增长步入快车道
- 四、网络广告是门户网站主要收入来源
- 五、网络广告市场发展趋于理性

#### 第二节 2008-2009年中国网络广告市场价格及盈利分析

- 一、中国网络广告价格偏低
- 二、网络广告的各种计价方式浅析
- 三、中国网络媒体广告定价方式当优化发展
- 四、互联网广告盈利模式需创新
- 五、“看广告利润分成”赢利模式析

#### 第三节 2008-2009年中国网络广告的精确定营销分析

- 一、精准营销对网站的广告价值的影响
- 二、互联网精准营销时代来临
- 三、精准营销的核心因素分析



四、精准广告重新定义营销算术

五、精确投放是广告业的发展方向

六、定向广告市场总价值预测

第四节 2008-2009年中国互联网广告市场存在问题探讨

一、互联网广告期待结束"霸王时代"

二、数字媒体营销出现长尾效应

三、中国网络广告业点击欺诈状况及案例分析

四、网络广告年增长率差偏小

五、网络广告市场专业评测发展不充分

第五节 2008-2009年中国互联网广告市场发展策略分析

一、网络广告迅猛增长在于内涵的拓展

二、国内网络广告的几个发展方向分析

三、网络广告形式需创新

四、中国网络广告行业需要技术支撑

第五章 2008-2009年中国互联网广告细分市场分析——视频广告

第一节 2008-2009年中国富媒体产业市场分析

一、富媒体广告的历史及发展形式

二、富媒体广告的产业价值分析

三、2008年中国富媒体广告营收状况

四、富媒体面临发展机遇

第二节 2008-2009年中国视频广告市场发展分析

一、网络视频广告机会的新拐点

二、中国门户网站迈入视频时代

三、视频广告发展存在问题分析

四、网络视频广告发展意义深远

五、网络视频前景无限

第三节 2008-2009年中国视频广告市场进入者分析

一、国内外投资者抢滩网络视频市场

二、国内主要视频网站及其优势

三、视频网站展开激烈广告竞争

四、新浪联合电信共推视频广告



五、土豆网获风投欲搭建在线视频广告平台

六、Google图谋视频市场打造视频广告模式

第四节 2008-2009年中国视频广告问题对策分析

一、在线视频广告技术尚不成熟

二、视频广告媒体化才有生机

三、视频网站遭遇盈利难题

四、视频广告盈利思路分析

第六章 2008-2009年中国互联网广告细分市场分析——搜索广告

第一节 2008-2009年世界搜索广告市场状况分析

一、搜索广告占美网络广告市场主流

二、搜索广告将成网络广告主流模式

三、全球搜索广告市场潜力巨大

四、全球搜索广告市场发展预测

第二节 2008-2009年中国搜索广告市场综述

一、互联网时代的搜索广告新机遇

二、搜索广告的"极限"与"转折点"之辩

三、搜索广告的两种模式对比分析

四、搜索引擎广告与植入式广告的差异分析

第三节 2008-2009年中国几大搜索重点公司搜索广告业务发展状况分析

一、百度搜索广告领军行业发展

二、雅虎、Google、百度关键字广告发展对比

三、搜索广告成为雅虎的致命缺陷

四、雅虎的新搜索广告平台模式

五、搜索广告重要性下滑将冲击谷歌

第四节 2008-2009年中国搜索广告面临的问题及对策研究

一、搜索广告欺诈祸及整体市场

二、搜索广告的"点击"困境及发展思路

三、搜索广告成本的有效控制思路

第七章 2008-2009年中国互联网广告细分市场分析——其它互联网广告

第一节 2008-2009年中国网络分类广告市场状况分析



- 一、中国互联网广告分类信息市场分析
- 二、网络分类广告成为风投新方向
- 三、互联网分类广告格局压迫传统分类广告市场
- 四、中国网络分类广告发展展望
- 五、中国网上分类信息广告市场趋势及发展

## 第二节 窄告

- 一、网络窄告与网络广告的比较优势
- 二、网络窄告引发网络营销革命
- 三、窄告的精准营销面临机遇
- 四、网络窄告的前景预测

## 第三节 博客广告

- 一、博客成互联网获利新渠道
- 二、博客广告正开拓新战场
- 三、博客广告盈利模式尚需探讨
- 四、博客广告的广告效果需评估
- 五、博客广告市场价值巨大
- 六、博啦网推出博客体验式广告

# 第八章 2008-2009年中国互联网广告行业市场竞争格局分析

## 第一节 2008-2009年互联网广告与传统媒体广告竞争

- 一、网络广告与传统广告的对比优势
- 二、网络广告抢食传统广告市场
- 三、网络广告商之间加速洗牌
- 四、互联网广告市场有望超越报纸广告
- 五、互联网广告市场份额超过户外广告

## 第二节 2008-2009年中国互联网广告市场竞争现状分析

- 一、中国网络广告市场竞争一触即发
- 二、网络广告市场竞争格局分析
- 三、网络广告市场进入竞争"战国时代"
- 四、IT巨头在网络广告市场"攻城掠地"
- 五、网络广告市场竞争激烈广告主日益理智

## 第三节 2008-2009年中国IT巨头互联网广告业务的竞争状况分析



- 一、微软、Google、雅虎的网络广告大战
- 二、雅虎与Google酣战移动平台
- 三、谷歌微软的网络广告市场遭遇战
- 四、AOL将在广告领域与谷歌、雅虎一决高下
- 五、中国版网络广告竞争状况

## 第九章 2008-2009年中国主要网络广告公司竞争力对比分析

### 第一节 好耶

- 一、公司基本概况
- 二、2008-2009年公司经营状况分析
- 三、公司竞争优势分析

### 第二节 北京华扬联众广告公司

- 一、公司基本概况
- 二、2008-2009年公司经营状况分析
- 三、公司竞争优势分析

### 第三节 麒润

- 一、公司基本概况
- 二、2008-2009年公司经营状况分析
- 三、公司竞争优势分析

### 第四节 热点

- 一、公司基本概况
- 二、2008-2009年公司经营状况分析
- 三、公司竞争优势分析

### 第五节 略。。。。。。。

## 第十章 2009-2012年中国互联网广告产业发展前景展望分析

### 第一节 2009-2012年中国互联网广告发展前景分析

- 一、中国互联网广告面临机遇与挑战
- 二、中国网络广告业发展趋势分析
- 三、行业未来规划分析

### 第二节 2009-2012年中国互联网广告产业市场预测分析

- 一、市场规模预测分析



## 二、技术预测分析

## 三、价格预测分析

### 第三节 2009-2012年中国网络广告市场盈利预测分析

## 第十一章 2009-2012年中国互联网广告产业投资机会与风险分析

### 第一节 2009-2012年中国互联网广告产业投资环境分析

### 第二节 2009-2012年中国互联网广告产业投资机会分析

#### 一、中国互联网拥有巨大的资本机遇

#### 二、网络广告公司资本运作频繁凸显行业价值

### 第三节 2009-2012年中国互联网广告投资风险分析

#### 一、流量之争引发网络广告市场风险思考

#### 二、网络广告市场风险分析

#### 三、技术风险分析

#### 四、政策风险

### 第四节 专家投资建议

## 第十二章 金融危机对互联网广告产业的影响及企业应对策略分析

### 第一节 金融危机对互联网广告产业的影响

#### 一、2009年金融危机对中国实体经济的影响基本面分析

#### 二、金融危机对中国互联网广告产业的传导机制

#### 三、中国互联网广告出口需求受金融危机影响分析

#### 四、2008年中国出台对互联网广告出口利好政策解析

### 第二节 我国互联网广告产业应对金融危机的主要策略探讨

#### 一、政策角度

#### 二、增强内功修炼，提升产品质量

#### 三、出口企业转战国内市场策略

#### 四、海外并购策略

### 第三节 应对金融危机建议

图表名称：部分

图表 中国GDP分析

图表 城乡居民家庭人均可支配收入与恩格尔系数



图表 存贷款利率变化

图表 中国互联网广告市场增长率情况

图表 新浪历年网络广告业务增长情况

图表 新浪历年广告收入构成及变动情况

图表 腾讯历年网络广告业务增长情况

图表 网易历年网络广告业务增长情况

图表 网易三大业务在总营收中所占比重变化情况

图表 搜狐历年网络广告业务增长情况

图表 经营规模前20位网络广告渠道代理商

图表 2009-2012年中国互联网广告产业市场预测分析

图表 2009-2012年中国网络广告市场盈利预测分析

图表 略。。。。。。。。。。。

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/97013.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。