

2022-2028年中国手机媒体广告行业市场现状及发展战略研究报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2022-2028年中国手机媒体广告行业市场现状及发展战略研究报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.chyxx.com/research/202102/930053.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.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、报告目录及图表目录

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，实际上就是一种互动式的网络广告。

智研咨询发布的《2022-2028年中国手机媒体广告行业市场现状及发展战略研究报告》共十二章。首先介绍了手机媒体广告行业市场发展环境、手机媒体广告整体运行态势等，接着分析了手机媒体广告行业市场运行的现状，然后介绍了手机媒体广告市场竞争格局。随后，报告对手机媒体广告做了重点企业经营状况分析，最后分析了手机媒体广告行业发展趋势与投资预测。您若想对手机媒体广告产业有个系统的了解或者想投资手机媒体广告行业，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。

报告目录：

第一篇 手机广告基篇

第一章 手机广告行业发展概述

第一节 广告简介

一、广告的意义

二、广告的本质特点和要素

三、广告的分类和主要形式

四、广告媒体

第二节 手机广告

一、手机广告特点

二、手机广告的划分

三、手机广告的主要功能

四、手机广告媒体

五、手机广告的特征

第二章 2021年国内外广告行业运行态势析

第一节 2021年世界广告业发展分析

一、世界广告媒体发展点评

二、世界广告业的逻辑发展轨迹解析

三、贸易战中海外广告市场的影响分析

四、全球部分国家广告业运行动态分析

第二节 2021年中国广告市场现状综述

- 一、中国广告业统计数据分折
- 二、中国广告业的产业组织结构解析
- 三、中国广告业规模跃居世界第二
- 四、广告市场上的外资发展分析
- 五、中国广告行业创意发展分析
- 第三节 2021年中国广告行业的发展分析
 - 一、三大主流媒体广告收入状况
 - 二、中国广告公司数量增速放缓
- 第四节 2021年中国广告市场存在问题分析
 - 一、中国广告行业的“多米诺效应”分析
 - 二、广告业的市场壁垒效应分析
 - 三、阻碍中国广告行业发展的四大问题解析
 - 四、新兴媒体侵占传统媒体广告空间
 - 五、中国广告业的生存瓶颈问题解析
 - 六、中国广告市场洗牌在即
- 第五节 2021年中国广告市场发展对策分析
 - 一、中国广告行业要实行集团化发展
 - 二、中国广告教育需要新思维
 - 三、要牢记广告的“根本”
 - 四、广告目标受众问题对策解析
 - 五、有效广告投放途径分析
- 第三章 2021年世界手机广告业发展形势分析
 - 第一节 2021年世界手机广告业发展分析
 - 一、美国手机广告业发展分析
 - 二、日本手机广告业发展分析
 - 三、俄罗斯手机广告业发展分析
 - 第二节 2021年世界手机广告市场需求分析
 - 一、世界手机广告市场需求量分析
 - 二、世界手机广告策划分析
 - 三、国外企业进军中国市场情况
 - 四、世界手机广告业竞争分析
 - 第三节 2022-2028年世界手机广告市场发展趋势分析
- 第四章 2021年中国手机广告行业发展分析
 - 第一节 2021年中国手机广告行业概况
 - 一、中国手机广告发展历程

二、中国手机广告的产品类别

三、中国的手机广告产业的整合分析

四、跨行业合作形势下手机广告的优势

第二节 2021年中国手机广告市场发展现状

一、手机广告的投放特点

二、手机广告对用户消费的影响

三、手机广告发展形式分析

四、手机广告规范情况分析

第三节 2021年手机广告市场空间分析

一、中国手机广告市场规模

二、高校手机广告市场规模

三、手机广告市场规模预测

第五章 2021年中国手机广告产业运行环境分析

第一节 2021年中国宏观经济环境分析

一、中国GDP分析

二、消费价格指数分析

三、城乡居民收入分析

四、社会消费品零售总额

五、全社会固定资产投资分析

六、进出口总额及增长率分析

第二节 2021年中国手机广告产业政策环境分析

一、法律因素在手机广告发展中的作用

二、手机广告在高速发展中趋于健全规范

三、手机广告规范与发展的法律策略分析

第三节 2021年中国手机广告产业社会环境分析

一、手机普及与应用

二、手机广告受众群体庞大

第六章 2021年中国手机广告受众及投放分析

第一节 2021年手机广告的投放原因及特点

一、投放手机广告的原因

二、手机广告在广告媒体中的地位

三、手机广告接受度情况分析

四、制约手机广告发展的瓶颈

第二节 2021年中国手机广告受众分析

一、受众接触手机广告的黄金时间

二、受众最感兴趣的广告形式

三、受众最感兴趣的广告内容

第三节 2021年中国影响手机广告投放的要素分析

一、影响手机广告投放宏观因素分析

二、吸引受众的最重要的要素

三、消费热点决定记忆程度

第七章 2021年中国手机广告主要形式发展分析

第一节 PUSH类广告

一、PUSH类广告的介绍

二、PUSH类广告的优势

三、PUSH类广告的关注度

四、2021年PUSH类广告发展分析

第二节 WAP类广告

一、WAP类广告的介绍

二、WAP类广告的优势

三、WAP类广告的关注度

四、2021年WAP类广告发展分析

第三节 业务嵌入类广告发展分析

一、业务嵌入类广告的介绍

二、业务嵌入类广告的优势

三、业务嵌入类广告的关注度

四、2021年业务嵌入类广告发展分析

第四节 语音类广告发展分析

一、语音类广告的介绍

二、语音类广告的优势

三、语音类广告的关注度

四、2021年语音类广告发展分析

第五节 小区广播类广告发展分析

一、小区广播类广告的介绍

二、小区广播类广告的优势

三、小区广播类广告的关注度

四、2021年小区广播类广告发展分析

第六节 终端内置类广告发展分析

一、终端内置类广告的介绍

二、终端内置类广告的优势

三、终端内置类广告的关注度

四、2021年终端内置类广告发展分析

第七节 搜索类广告发展分析

一、搜索类广告的介绍

二、搜索类广告的优势

三、搜索类广告的关注度

四、2021年搜索类广告发展分析

第二篇 手机广告行业竞争篇

第八章 中国手机广告区域市场竞争力比较分析

第一节 北京

一、北京各大重要行业手机广告发展分析

二、北京手机广告业发展存在的问题分析

第二节 上海

一、海市手机广告业发展特点分析

二、上海手机广告业的效益优势分析

三、手机广告公司经营状况及策略分析

第三节 广东

一、手机广告业发展阶段分析

二、2021年手机广告业竞争状况分析

三、2021年广东手机广告业发展分析

第九章 2021年中国手机广告产业市场竞争格局分析

第一节 2021年中国各种广告形式市场竞争综合分析

第二节 2021年中国手机广告业竞争状况分析

第三节 2021年中国手机广告企业竞争策略分析

第十章 中国手机媒体广告产业链各环节重点企业分析

第一节 运营商

一、中国移动

1、发展思路

2、发展定位

3、试点情况

二、中国联通

1、发展思路

2、发展定位

3、试点情况

第二节 SP

一、分众传媒

- 1、远景与战略
- 2、核心价值观
- 3、现状

二、飞拓无限

- 1、远景与战略
- 2、核心价值观
- 3、现状

三、摩拜美迪（移动传媒）

- 1、远景与战略
- 2、核心价值观
- 3、现状

第三节 终端厂商

一、诺基亚

- 1、远景与战略
- 2、核心价值观
- 3、现状

二、摩托罗拉

- 1、远景与战略
- 2、核心价值观
- 3、现状

第三篇 手机广告前景预测与投资篇

第十一章 2022-2028年中国手机广告行业发展趋势分析

第一节 2022-2028年中国广告行业发展趋势分析

- 一、全球广告业收入预测
- 二、中国广告行业未来趋势分析
- 三、二十一世纪广告业发展总体趋势展望
- 四、广告业的娱乐发展趋势

第二节 2022-2028年中国手机广告市场趋势前景分析

- 一、中国手机广告市场发展前景
- 二、中国手机广告市场潜力分析
- 三、中国手机广告发展趋势分析

第十二章 2022-2028年中国手机广告业投资价值研究

第一节 2022-2028年中国广告业投资机会分析

第二节 2022-2028年中国手机广告业投资机会与风险分析

一、机会分析

二、风险分析

第三节 观点 (ZY LZQ)

图表目录：(部分)

图表：广告概念的分类

图表：日本广告费市场份额

图表：部分世界级大广告主及其主要广告代理集团

图表：欧洲前10位的媒介公司

图表：2021年中国广告业发展基本情况

图表：2021年中国广告经营单位发展情况

图表：2021年四大媒体广告经营状况

图表：2021年中国媒介单位广告营业额前10位

图表：2021年经营广告的网站情况

图表：2021年广告投放行业分布

图表：2021年中国广告公司营业额前10位

图表：中国广告总营业额、各媒体营业额及其所占比例

图表：2021年全球四大广告集团市场份额

图表：全球主流媒体广告支出预测(报纸、杂志、电视、广播、电影、户外、互联网)

图表：2017-2021年间全球10大广告支出国的市场份额增长速度

图表：美国各类互联网广告收入比例

图表：中国历年主要行业网络广告支出

图表：全球广告公司收入排名

图表：MOTO手机广告演变过程

图表：消费者手机品牌选择的敏感度演变过程

图表：2017-2021年中国GDP总量及增长趋势图

图表：2021年中国三产业增加值结构图

图表：2017-2021年中国CPI、PPI走势图

图表：2017-2021年我国城镇居民可支配收入增长趋势图

图表：2017-2021年我国农村居民人均纯收入增长趋势图

图表：2017-2021年中国城乡居民人均收入增长对比图

图表：2017-2021年中国城乡居民恩格尔系数对比表

图表：2017-2021年中国城乡居民恩格尔系数走势图

图表：2017-2021年中国工业增加值增长趋势图

图表：2017-2021年我国社会固定资产投资额走势图

图表：2017-2021年我国城乡固定资产投资额对比图

图表：2017-2021年我国财政收入支出走势图

图表：2017-2021年人民币兑美元汇率中间价

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/202102/930053.html>