

# 2014-2019年中国互联网广告 市场分析与投资前景研究报告

## 报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

[www.bosidata.com](http://www.bosidata.com)

# 报告报价

《2014-2019年中国互联网广告市场分析与投资前景研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.bosidata.com/chuanmei1404/V35043GB4W.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2014-04-23

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

# 说明、目录、图表目录

## 报告说明:

博思数据发布的《2014-2019年中国互联网广告市场分析与投资前景研究报告》共九章。报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、全国商业信息中心、中国经济景气监测中心、博思数据网、国内外相关报刊杂志的基础信息、互联网广告行业研究单位等公布和提供的大量资料以及对行业内企业调研访察所获得的大量第一手数据，对我国互联网广告市场的发展状况、供需状况、竞争格局、赢利水平、发展趋势等进行了分析。报告重点分析了互联网广告前十大企业的研发、产销、战略、经营状况等。报告还对互联网广告市场风险进行了预测，为互联网广告生产厂家、流通企业以及零售商提供了新的投资机会和可借鉴的操作模式，对欲在互联网广告行业从事资本运作的经济实体等单位准确了解目前中国互联网广告行业发展动态，把握企业定位和发展方向有重要参考价值。

2013年国内互联网广告市场规模达到1100亿元，同比增长46.1%，与去年保持相当的增长速度，整体保持平稳增长。在网络广告高速发展几年之后，网络媒体的营销价值已经得到广告主的较高认可。国内网络广告市场规模在突破千亿大关之后，随着市场的成熟度不断提高，将在未来几年放缓增速，平稳发展。

## 报告目录

### 第一章 中国互联网广告市场环境分析

#### 第一节 经济发展环境分析

一、2012年我国宏观经济运行情况

二、2013年我国宏观经济形势分析

#### 第二节 政策法规环境分析

一、相关政治环境分析

二、产业相关法律问题分析

#### 第三节 社会文化环境分析

一、我国互联网市场概况

二、2012-2013年我国网民规模

三、我国网民网络应用行为分析

### 第二章 中国互联网广告市场现状分析

## 第一节 2011-2013年中国互联网广告市场规模分析

### 一、2011年中国互联网广告市场规模分析

### 二、2012年中国互联网广告市场规模分析

### 三、2013年中国互联网广告市场规模分析

## 第二节 2011-2013年中国互联网广告竞争格局分析

### 一、2011年中国互联网广告竞争格局分析

### 二、2012年中国互联网广告竞争格局分析

### 三、2013年中国互联网广告竞争格局分析

## 第三节 2011-2013年中国互联网广告细分市场分析

### 一、2011年中国互联网广告细分市场分析

### 二、2012年中国互联网广告细分市场分析

### 三、2013年中国互联网广告细分市场分析

## 第三章 中国互联网广告媒体分析

### 第一节 综合门户网站分析

#### 一、新浪

#### 二、搜狐

#### 三、网易

#### 四、腾讯

### 第二节 搜索引擎运营商分析

#### 一、百度

#### 二、谷歌中国

### 第三节 垂直网站分析

#### 一、财经垂直网站

#### 二、汽车垂直网站

#### 三、IT垂直网站

#### 四、房地产垂直网站

## 第四章 中国网络广告受众及投放分析

### 第一节 网络广告的投放原因及特点

#### 一、投放网络广告的原因

#### 二、网络广告在广告媒体中的地位

三、网络广告接受度情况分析

四、制约网络广告发展的因素

第二节 网络广告受众分析

一、受众接触网络广告的黄金时间

二、网络受众对广告接受过程分析

三、受众的心理分析

四、应对策略分析

第三节 影响网络广告投放的要素分析

一、影响网络广告效果的因素分析

二、影响网络广告投放策划的因素分析

第五章 中国互联网广告公司分析

第一节 中国互联网广告公司竞争分析

一、互联网广告与传统媒体广告的竞争

二、中国互联网广告公司竞争特点分析

三、2012-2013年中国互联网广告公司竞争形势分析

第二节 厂商分析

一、好耶

二、华扬联众

三、腾信互动

第六章 中国互联网广告市场广告主分析

第一节 中国互联网细分广告主分析

一、汽车行业

二、房地产行业

三、3C行业

四、金融行业

五、消费品

六、互联网产品/服务

七、通讯行业

第二节 2013年中国互联网广告市场广告主行为分析

一、2013年广告主营销意识变化分析

二、2013年整合营销方式变化分析

- 三、2013年广告主跨媒体营销网络选择分析
- 四、2013年网络营销最热关键词分析
- 五、2013年中国网络媒体面临的挑战
- 六、2013年中国网络媒体面临的机遇

## 第七章 网络广告行业投资现状分析

### 第一节 2012年网络广告行业投资情况分析

- 一、2012年中外网络广告行业投资比较分析
- 二、2012年美国网络广告行业投资要点分析
- 三、2012年网络广告行业投资特点分析

### 第二节 2013年网络广告行业投资情况分析

- 一、2013年网络广告行业投资形势分析
- 二、2013年网络广告市场格局发展分析
- 三、2013年网络广告投资动态分析

## 第八章 中国互联网广告市场趋势预测

### 第一节 2013-2014年国际网络广告市场预测

- 一、全球媒体消费趋势分析
- 二、2013-2014年全球网络广告市场规模预测

### 第二节 中国网络广告市场前景分析

- 一、中国网络广告市场发展前景
- 二、中国网络广告市场潜力分析
- 三、中国网络广告发展趋势分析
- 四、中国网络广告产业链趋势分析

### 第三节 2014-2019年国内网络广告市场预测

- 一、2013年国内网络广告市场发展前景
- 二、2013-2014年国内网络广告市场规模预测
- 三、2014-2019年国内网络广告媒体结构前景

### 第四节 2014-2019年中国经济形势预测

- 一、2014-2019年中国经济影响因素
- 二、2014-2019年中国宏观经济形势
- 三、2014-2019年中国宏观经济特点
- 四、2014-2019年中国经济面临问题

## 五、2014-2019年中国经济前景预测

### 第五节 2014-2019年中国经济走向预测

#### 一、2014-2019年中国经济增长预测

#### 二、2014-2019年中国出口趋势预测

#### 三、2014-2019年中国投资趋势预测

#### 四、2014-2019年中国消费趋势预测

#### 五、2014-2019年中国经济风险预测

## 第九章 互联网广告企业发展战略分析

### 第一节 互联网广告企业经营发展分析及建议

#### 一、技术开发战略

#### 二、产业战略规划

#### 三、业务组合战略

#### 四、营销战略规划

#### 五、区域战略规划

#### 六、企业信息化战略规划

### 第二节 对我国互联网广告品牌的战略思考

#### 一、品牌的基本含义

#### 二、品牌战略在企业发展中的重要性

#### 三、互联网广告品牌的特性和作用

#### 四、互联网广告品牌的价值战略

#### 五、我国互联网广告品牌竞争趋势

#### 六、互联网广告企业品牌发展战略

#### 七、互联网广告行业品牌竞争策略

### 第三节 提高互联网广告企业竞争力的策略

#### 一、提高中国互联网广告企业核心竞争力的对策

#### 二、影响中国互联网广告企业核心竞争力的因素及提升途径

#### 三、提高中国互联网广告企业竞争力的策略

### 第四节 网络广告行业投资战略研究

#### 一、投资网络广告的目标分析

#### 二、网络广告的投资回报率分析

#### 三、网络利基营销策略分析

## 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：2013年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2013年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2014年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2014年中国GDP增速预测

图表：2005-2013年中国网民规模与普及率

图表：2012-2013年我国手机上网网民规模对比

图表：2012-2013年各类网络应用使用率及增长率

图表：手机网民网络应用

图表：2012-2013年中国宽带网民规模

图表：2011-2013年手机网民半年净增用户数对比

图表：2012-2013年网民性别结构对比

图表：2012-2013年网民年龄结构对比

图表：2012-2013年网民学历结构对比

图表：2012-2013年网民职业结构对比

图表：2012-2013年网民个人月收入结构对比

图表：2012-2013年网民城乡结构对比

图表：2012-2013年网民网络应用行为统计

图表：2012-2013年国内搜索引擎使用率统计

图表：2012-2013年国内网络新闻使用率统计

图表：2012-2013年国内网络购物使用率统计

图表：2012-2013年国内网络支付使用率统计

图表：2012-2013年国内旅行预订使用率统计

图表：2012-2013年国内即时通信使用率统计

图表：即时通信用户使用工具比例统计

图表：2012-2013年国内博客使用率统计

图表：2012-2013年国内社交网站使用率统计

图表：2012-2013年国内网络游戏使用率统计

图表：2012-2013年国内网络文学使用率统计

图表：网络文学用户使用工具比例统计

图表：2012-2013年国内网络视频使用率统计

图表：网络安全形势统计（1）

图表：网络安全形势统计（2）

图表：2007-2012年中国网络广告运营商市场规模

图表：2007-2012年中国网络广告运营商市场结构

图表：2007-2012年中国网络广告主数量及ARPU情况

图表：2002-2012年中国广告投放情况趋势

图表：2005-2013年中国网络广告市场规模

图表：2012年中国GDP企业景气指数及品牌网络广告主数量变化趋势

图表：2007-2012年中国广告位广告运营商市场规模

图表：2007-2012年关键字广告及广告位广告同比增长情况

图表：2007-2012年中国搜索引擎运营商市场规模

图表：2007-2012年中国网络零售交易额

图表：2013年四季度中国主要形式网络广告市场份额比较

图表：2007-2012年新浪网络营销收入

图表：2007-2012年搜狐网络营销收入

图表：2007-2012年搜狐营销收入结构

图表：2007-2012年搜狐品牌广告收入

图表：2011-2012年搜狐收入情况

图表：2011-2012年搜狐品牌广告收入变化情况

图表：2011-2012年搜狐搜索广告收入变化情况

图表：2011-2012年搜狐在线游戏收入变化情况

图表：2007-2012年网易网络广告收入

图表：2007-2012年腾讯网络广告收入

图表：2012年腾讯回购股票总结

图表：2011-2013年腾讯互联网增值业务增长走势

图表：2011-2013年腾讯互联网营业收入增长走势

图表：2011-2013年腾讯互联网SP业务增长走势

图表：2011-2013年腾讯互联网广告业务增长走势

图表：2011-2013年腾讯互联网增值增长走势

图表：2011-2013年腾讯互联网总收入增长走势

图表：2011-2013年腾讯互联网运营利润增长走势

图表：2007-2012年百度网络营销收入

图表：2007-2012年百度广告主数量及ARPU值

图表：2012年百度广告主排名TOP5

图表：2007-2012年百度TAC情况

图表：2012年百度营收环比增长走势

图表：2012年百度广告业务增长走势

图表：2012年百度毛利增长走势

图表：2012年百度费用增长走势

图表：2012年百度研发支出增长走势

图表：2012年百度营销及管理支出增长走势

图表：2012年百度运营利润增长走势

图表：2007-2012年谷歌中国收入

图表：2007-2012年谷歌中国广告主数量及ARPU值情况

图表：谷歌搜索联盟形式

图表：2012年中国财经类垂直网站广告主行业构成

图表：2012年12月垂直财经网站日均覆盖人数排名

图表：2012年12月垂直财经网站有效浏览时间排名

图表：2013年12月垂直财经网站日均覆盖人数排名

图表：2013年12月垂直财经网站有效浏览时间排名

图表：中国汽车垂直网站与汽车产业链关系图

图表：中国垂直网站业务类型

图表：2005-2013年中国汽车垂直网站每月高峰时期独立访问者数量趋势

图表：2005-2013年中国汽车行业在线广告投入趋势

图表：2012年汽车网站排名TOP10

图表：2012-2013年汽车网站TOP5日均覆盖人数

图表：2013年3-12月TOP5门户网站汽车资讯服务与TOP5汽车垂直网站汽车资讯服务月度覆盖人数趋势

图表：2012-2013年易车网月度浏览时间趋势

图表：2013年4-12月易车网人均单页浏览时间变化趋势

图表：2013年6-12月各类别网站交通类广告投放费用占比

图表：2012年中国IT垂直网站广告市场份额

图表：2012年垂直IT网站日均覆盖人数排名

图表：2012年垂直IT网站有效浏览时间排名

图表：2013年12月垂直IT网站有效浏览时间排名

图表：2012年中国房地产垂直网站广告市场份额

图表：2012-2013年房地产行业网络广告投放费用媒体类型分布

图表：2013年互联网广告公司排名TOP20

图表：2013年四季度品牌广告网络月度平均可覆盖UV

图表：2013年四季度品牌广告网络5家典型运营商季度广告投放量PV

图表：2011-2013年好耶收入情况

图表：好耶SWOT分析

图表：华扬联众SWOT分析

图表：2011-2013年腾信互动收入情况

图表：腾信互动SWOT分析

图表：中国IT行业细分广告主结构

图表：首届“光大杯”理财师大赛营销方案

图表：首届“光大杯”理财师大赛选手参与情况

图表：活动视频点击及征集表

图表：2013年中国广告主营销意识的变化

图表：2013年中国广告主对整合营销各表现层面的评价

图表：2013年中国广告主跨媒体营销中的网络媒体选择

图表：2013年中国网络营销最热关键词

图表：2013年中国网络媒体面临的挑战

图表：2013年中国网络媒体面临的机遇

图表：区域发展战略咨询流程图

#### 图表：区域SWOT战略分析图

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家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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/chuanmei1404/V35043GB4W.html>