2024-2029年中国手机广告行业发展分析及发展趋势预测报告

报告简介

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。移动广告实际上就是一种互动式的网络广告，它由移动通信网承载，具有网络媒体的一切特征，同时比互联网更具优势，因为移动性使用户能够随时随地接受信息。

随着移动通信网络向5G的逐步演进和移动互联网业务的不断发展，手机已经成为能够传播文本、图片和视频等多媒体信息的第五媒体。由于手机比电脑更普及、比报纸更互动、比电视更便携，以文字、图片、二维码、视频、语音等作为传播形式的手机广告业务从诞生伊始，就受到了业界的广泛关注。近年来，国内的手机广告业务也开始在探索中起步，手机广告业务日渐升温。

手机广告作为中国移动互联网产业一座尚未开发的营销资源，将给手机广告产业各环节参与企业带来巨大的价值和收益。近两年，中国手机广告市场逐渐受到各界的关注和追捧，移动技术驱动手机广告服务模式多样化，风险投资的日益关注，主导运营商的介入，国内商家对于手机新媒体广告效果的认同等众多因素共同带动了国内手机广告市场的蓬勃发展。预计未来几年将以40%以上的增速发展。中国手机广告市场前景可观，已备受青睐，但不容忽视的是目前手机广告市场尚处在探索期，当前的手机广告所涉及资源中，或媒体用户资源有限，或使用强制的表现形式，似乎总难在媒体、受众和广告主之间形成良性关系。在机遇和挑战并存的时期中，商业模式是最大的问题，尤其近两年手机广告市场越发明显地被垃圾短信广告所充斥，可见，手机广告市场的商业模式有待探索，行业相关政策也有待完善，以规范行业趋于有序健康地发展。手机广告市场呼唤新型的手机广告表现形式，是找回营销者在手机媒体上进行品牌传播信心的重要一环。

移动搜索等新兴业务将有助于推动手机广告产业链的完善和商业模式的优化。我国是手机广告最大的市场，手机作为随身携带的媒体优势是其他媒体无法企及的，运营商强大的数据信息分析与处理有利于广告的精准投放，这些因素都让广告主对手机广告未来充满了信心。我国手机广告虽然目前还没有形成规模，但在这样一个庞大的新媒体市场中，同样存在着巨大的广告价值，它必然走上和互联网广告一样的道路，只是更多商业模式还有待于厂商去探索。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息咨询有限公司领衔撰写，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、51行业报告网、国内外相关报刊杂志的基础信息以及手机广告专业研究单位等公布和提供的大量资料。对我国手机广告的行业现状、市场各类经营指标的情况、重点企业状况、区域市场发展情况等内容进行详细的阐述和深入的分析，着重对手机广告业务的发展进行详尽深入的分析，并根据手机广告行业的政策经济发展环境对手机广告行业潜在的风险和防范建议进行分析。最后提出研究者对手机广告行业的研究观点，以供投资决策者参考。

报告目录

第一章 手机广告行业概述

第一节 广告简介

一、广告的概念

二、广告的本质特点和要素

三、广告的分类和主要形式

四、广告媒体简介

第二节 手机广告

一、手机广告的概念

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 中国广告业发展环境分析

第一节 经济发展环境分析

一、2019-2023年我国宏观经济发展分析

二、2019-2023年国内经济环境对其影响

三、2019-2023年国内投资环境对其影响

第二节 政策法规环境分析

一、2019-2023年广告行业政策环境分析

二、2019-2023年国内宏观政策对其影响

三、2019-2023年行业产业政策对其影响

四、工商总局的广告专项整治情况

五、药品保健食品广告监管新制度

第三节 社会发展环境分析

一、国内社会环境发展现状

二、2019-2023年社会环境发展分析

三、社会环境对于行业的影响分析

四、技术创新带动新型广告发展

五、中国传统文化对广告业的影响

第三章 世界广告业发展情况分析

第一节 世界广告行业发展概况

一、2019-2023年全球广告经营状况

二、2019-2023年世界广告业排名状况分析

三、2019-2023年世界广告业发展状况

第二节 2019-2023年世界广告业发展状况分析

一、2019-2023年世界广告业发展规模分析

二、2019-2023年世界广告业发展特点分析

三、2019-2023年世界广告发展存在的问题

四、2019-2023年世界广告企业竞争分析

第三节 全球广告市场分析

一、全球广告市场格局分析

二、2019-2023年戛纳广告节的开展情况

三、2019-2023年全球广告支出情况分析

四、2019-2023年全球互联网广告开支额

五、2019-2023年经济风暴对广告行业的冲击

六、2019-2023年中国对全球广告市场的贡献

第四节 2024-2029年世界广告业发展趋势分析

一、世界广告发展新趋势变化

二、虚拟世界广告发展前景分析

三、2019-2023年全球广告支出增长预测

四、2024-2029年全球广告预算情况

五、2024-2029年广告行业发展前景

第四章 主要国家广告业发展分析

第一节 美国

一、2019-2023年美国广告市场发展状况

二、2019-2023年美国互联网广告市场发展分析

三、2019-2023年美国报纸广告分类及运作探析

第二节 日本

一、2019-2023年日本媒体广告发展概况

二、2019-2023年日本广告市场发展格局

三、2019-2023年日本互联网广告发展分析

第三节 欧洲

一、2019-2023年英国网络广告发展分析

二、2019-2023年法国广告行业发展分析

三、2019-2023年欧盟广告行业发展分析

第五章 世界手机广告业发展分析

第一节 2019-2023年世界手机广告业发展分析

一、2019-2023年美国手机广告业发展分析

二、2019-2023年日本手机广告业发展分析

三、2019-2023年俄罗斯手机广告业发展分析

第二节 2019-2023年世界手机广告市场需求分析

一、2019-2023年世界手机广告市场需求量分析

二、2019-2023年世界手机广告策划分析

三、2019-2023年国外企业进军中国市场情况

四、2019-2023年世界手机广告业竞争分析

第三节 2019-2023年世界手机广告市场发展趋势分析

第六章 中国广告业发展状况分析

第一节 中国广告行业综合状况分析

一、中国本土广告业发展现状

二、中国广告产业在外资重压下发展

三、中国本土广告公司的swot分析

四、国家政策促进广告业发展

第二节 我国广告市场发展分析

一、2019-2023年中国广告发展现状

二、2019-2023年内地广告市场规模分析

三、2019-2023年中国广告市场价值分析

四、2019-2023年中国广告市场的投放额

五、2019-2023年广告行业人才供求情况

六、2024-2029年广告市场面临的挑战

第三节 我国广告市场规范情况

一、2019-2023年中国查处广告违法案件情况

二、2019-2023年广告业存在的主要问题探讨

三、2019-2023年中国广告行业新的自律规则

四、2019-2023年广告行业结盟维护创意版权

第七章 中国手机广告业发展分析

第一节 中国手机广告行业概况

一、中国手机广告发展过程

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 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 手机广告市场空间分析

一、2019-2023年中国手机广告市场规模

二、2019-2023年高校手机广告市场规模

三、2019-2023年手机广告市场规模预测

第四节 中国手机广告的相关政策分析

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

第八章 中国手机广告受众及投放分析

第一节 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 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 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

第九章 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、2019-2023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、2019-2023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、2019-2023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、2019-2023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、2019-2023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、2019-2023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、2019-2023年搜索类广告发展分析

第十章 手机广告区域市场竞争力比较

第一节 北京

一、2019-2023年北京手机广告发展情况

二、2019-2023年北京各大重要行业手机广告发展分析

三、2019-2023年北京手机广告业发展存在的问题分析

第二节 上海

一、2015上海市手机广告业发展特点分析

二、2019-2023年上海手机广告业的效益优势分析

三、2019-2023年手机广告公司经营状况及策略分析

第三节 广东

一、2019-2023年手机广告业发展阶段分析

二、2019-2023年手机广告业发展状况综合分析

三、2019-2023年手机广告业竞争状况分析

第十一章 中国手机广告市场竞争分析

第一节 2019-2023年中国各种广告形式市场竞争综合分析

一、2019-2023年互联网与传统广告行业竞合分析

二、2019-2023年谷歌微软对传统广告公司的压力

三、2019-2023年中国广告业界软硬广告竞争分析

第二节 2019-2023年中国手机广告业竞争状况分析

一、2019-2023年中国手机广告品牌竞争分析

二、2019-2023年中国手机广告价格竞争分析

三、2019-2023年中国手机广告竞争战略分析

第三节 2019-2023年中国手机广告业竞争态势分析

第十二章 优势手机广告公司发展分析

第一节 分众无线

一、企业概况

二、2019-2023年财务分析

三、2019-2023年经营状况

四、2019-2023年发展规划

第二节 飞拓无限

一、企业概况

二、2019-2023年财务分析

三、2019-2023年经营状况

四、2019-2023年发展规划

第三节 亿动传媒

一、企业概况

二、2019-2023年财务分析

三、2019-2023年经营状况

四、2019-2023年发展规划

第四节 上海聚君

一、企业概况

二、2019-2023年财务分析

三、2019-2023年经营状况

四、2019-2023年发展规划

第五节 魅媒网

一、企业概况

二、2019-2023年财务分析

三、2019-2023年经营状况

四、2019-2023年发展规划

第六节 移动运营商

一、2024-2029年中国电信手机广告业务发展分析

二、2024-2029年中国移动手机广告业务发展分析

三、2024-2029年中国联通手机广告业务发展分析

第十三章 中国手机广告业发展前景

第一节 2024-2029年中国广告行业发展趋势分析

一、中国广告业发展新动向

二、2019-2023年中国广告市场趋势解析

三、2024-2029年中国广告行业发展前景

四、2019-2023年中国对全球广告市场的推动

五、2019-2023年中国广告市场发展与新媒体趋势

第二节 2024-2029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

四、2024-2029年中国手机广告发展预测

第十四章 中国手机广告业投资分析

第一节 2024-2029年中国手机广告业投资机会分析

一、奥运会为手机广告创造的机遇

二、2024-2029年手机广告业投资空间分析

三、2024-2029年手机广告业投资前景分析

第二节 2024-2029年中国手机广告业投资风险分析

一、2024-2029年宏观经济波动风险及控制

二、2024-2029年行业政策风险及控制

三、2024-2029年供需风险及控制

四、2024-2029年技术风险及控制

五、2024-2029年经营风险及控制

六、2024-2029年相关行业风险及控制

第三节 专家建议分析

一、不同地区投资建议

二、企业经营管理建议

图表目录

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：2019-2023年全球手机信息收入规模及增长情况

图表：2024-2029年全球gps手机出货量统计和预测

图表：2019-2023年西欧地区手机付费广告市场收入

图表：2019-2023年美国手机银行用户规模及增长率

图表：2019-2023年中国手机市场规模变化

图表：2024-2029年中国手机市场销量及增长预测

图表：2019-2023年手机渠道变化趋势

图表：2019-2023年中国市场最受用户关注的15大手机品牌分布

图表：2019-2023年主流品牌关注比例波动幅度对比

图表：2019-2023年中国七大区域手机市场关注比例分布

图表：2019-2023年七大区域手机市场关注比例走势对比

图表：2019-2023年手机品牌区域格局

图表：2019-2023年音乐手机市场关注比例走势

图表：2019-2023年中国市场不同价位音乐手机关注比例分布

图表：2019-2023年智能手机市场关注比例走势

图表：2019-2023年中国市场不同价位智能手机关注比例分布

图表：2019-2023年中国市场不同像素拍照手机关注比例分布

图表：2019-2023年中国市场不同价位手机关注比例分布

图表：2019-2023年不同价位区间手机关注比例波动幅度对比

图表：2019-2023年中国手机市场价格指数走势

图表：2019-2023年中国音乐手机与智能手机市场价格指数走势

图表：2019-2023年中国手机市场产品均价走势

图表：2019-2023年中国市场音乐手机与智能手机均价走势对比

图表：2019-2023年音乐手机与智能手机产品均价对比

图表：2019-2023年主流像素手机产品均价对比

图表：2019-2023年中国市场十大手机品牌产品均价对比

图表：2019-2023年三星不同像素产品数量分布

图表：2019-2023年三星不同价位手机数量分布

图表：2019-2023年四大手机厂商关注比例走势对比

图表：2019-2023年六大手机厂商关注比例走势对比

图表：2019-2023年音乐手机与智能手机关注比例走势对比

图表：2019-2023年不同像素拍照手机关注走势对比

图表：2019-2023年不同价位区间产品关注比例走势

图表：手机tft-lcd显示屏产业链示意

图表：手机显示屏企业业务流程

图表：stn-lcdcell段生产工艺流程

图表：cstn-lcd生产工艺流程

图表：cob型lcm工艺流程

图表：cog型lcm工艺流程

图表：tab型lcm工艺流程

图表：2019-2023年全球手机出货量统计及预测

图表：2019-2023年手机地区出货量比例统计

图表：2019-2023年中国手机主要品牌市场占有率

图表：2019-2023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、手机、互联网)

图表：2019-2023年间全球10大广告支出国的市场份额增长速度

图表：2019-2023年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：2019-2023年全球广告公司收入排名

图表：2019-2023年美国广告市场规模增长趋势图

图表：2024-2029年美国互联网广告市场规模及预测

图表：2019-2023年日本主要媒体广告市场规模

图表：2019-2023年日本主要媒体广告市场规模变动情况

图表：2024-2029年日本互联网广告市场规模及预测

图表：手机广告管理中存在的问题比重分析

图表：2019-2023年央视广告收入增长情况

图表：2019-2023年手机广告花费top10品牌

图表：北京各种广告形式营业额比重

图表：2019-2023年广东省广告公司广告营业额情况

图表：2019-2023年上海世博(集团)有限公司经营情况

图表：2019-2023年上海世博(集团)有限公司主营业务收入变化趋势

图表：2019-2023年全球各地区广告经营额

图表：2019-2023年全球广告市场规模及增速

图表：2019-2023年中国广告媒体结构

图表：中国本土广告公司的swot分析

图表：2019-2023年各类型被访媒体实际广告收入增幅变化情况

图表：中国广告业演变的三个阶段的主要特征

图表：中国广告业结构关系

图表：中国广告业活动过程

图表：广告在品牌传播中对消费者的影响作用

图表：2019-2023年美国广告主及广告代理投放网络广告的主要原因

图表：2019-2023年美国网络广告及广告市场规模

图表：2019-2023年主要行业人才需求占总需求比例图

图表：2019-2023年中国大陆主要报刊广告经营额及增长

图表：2019-2023年各类报纸广告经营额同比增长率

图表：2019-2023年各类杂志广告经营额同比增长率

图表：2019-2023年中国报刊主要行业广告经营额同比增长

图表：2019-2023年全国报刊广告刊登额及增长率

图表：2019-2023年报纸杂志广告总量同比变化

图表：2019-2023年主要报刊、杂志广告份额

图表：2019-2023年主要类别报刊广告份额

图表：2019-2023年重点行业广告活跃度

图表：2019-2023年中国地铁移动电视市场规模

图表：广播广告与其他广告的优劣势比较

图表：受众接触广播与电视的时间习惯比较

图表：中国广播媒体的现状

图表：2019-2023年中国广播广告收入增长情况

图表：2019-2023年度中国交通广播广告创收排名表(71家会员单位)

图表：2019-2023年同期网络广告市场状况比较

图表：2019-2023年同期网络广告价值估算

图表：2019-2023年各月top100广告主市场价值估算

图表：2019-2023年各月top100网络媒体市场价值估算

图表：2019-2023年top10广告行业类型

图表：2019-2023年广告价值估算top10广告主推广项目数和创意数

图表：2019-2023年中国品牌网络广告投放费用及增长率

图表：2019-2023年主要网站品牌广告投放费用

图表：2019-2023年中国互联网广告主要厂商市场份额

图表：2019-2023年房地产行业网络广告投放情况

图表：2019-2023年汽车行业网络广告投放情况

图表：2019-2023年韩国移动广告的发展

图表：2019-2023年我国移动广告不同类型收入比例

图表：用户对被动接受移动广告的态度

图表：用户对接受wap广告的态度

图表：2019-2023年和2019-2023年全球移动广告收入构成比较

图表：2024-2029年全球移动广告收入发展预测

图表：搜索广告市场竞争

图表：2019-2023年互联网广告与传统通广告增长对比

把握投资 决策经营！

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费)　Emai：kf@51baogao.cn

本文地址：

https://www.51baogao.cn/chubanchuanmei/2009shoujiguanggao.shtml

在线订购：点击这里