

## 2024-2029年中国互联网广告行业发展分析及投资前景预测报告

## 报告简介

网络广告是一种新兴的广告形式，是确定的广告主以付费方式运用互联网媒体对公众进行劝说的一种信息传播活动。其目的在于影响人们对所做广告的商品或劳务的态度，进而诱发其行动而使广告主得到利益的活动。

广告媒体在历经报纸杂志、电台广播、电视的不断演变后，网络广告已经逐渐为人们所接受。随着经济的发展，互联网的普及应用率也越来越高，互联网越来越渗入到平常百姓的生活当中。网络广告随着网络的发展同时起步，丰富了广告的形式和内容，并赢得了生存市场，虽然网络广告现在所占的市场份额还很小，但它的发展速度已经令其他传统广告媒体不敢小视。

2020年是中国互联网营销突破创新之年，面对新冠肺炎疫情的冲击和重重困难，我国互联网营销不仅呈现出极大的韧性，还为抗击疫情、恢复生产、拉动实体经济提供了基础保障。2020年中国互联网克服全球疫情的严重影响，互联网广告全年收入4971.61亿元(不包含港澳台地区)，比2019年度增长13.85%，增幅较上年减缓4.35个百分点，仍维持增长态势。小微、新锐广告主进入市场不仅填补了大品牌投入放缓的市场份额，还支持起互联网广告市场的二位数增长。

近年来，网络广告市场中兴起大数据、RTB热潮，国内DSP广告公司大量涌现，网络广告产业链不断变革，新营销技术不断演进，以此提升广告的精准投放。网民、广告主、广告公司及媒体的变革纷纷推动着网络广告整体市场的前进，网络广告市场将继续领跑整体广告行业增长。

互联网广告的价值就在于以最低的成本、最高的效率、最大的范围去最精确的捕捉那些广告主想要真正去接触到的受众。伴随着互联网的诞生、大数据的出现，大众在传统媒体花费时间逐渐转移到新型互联网媒体，并已经发展到由PC互联网转移到移动互联网，互联网广告已经变得可追踪、效率化。互联网广告行业产业链按参与主体可分为广告主、互联网广告营销服务商、媒体渠道和互联网用户，其中广告主是互联网广告行业发展的源动力，互联网广告营销服务商是市场的核心驱动，媒体渠道是互联网广告的载体和受众接触点，互联网用户是互联网广告营销的最终受众。

未来，互联网、移动互联网和广播电视网络的相互融合，电脑屏、手机屏和电视屏的无缝连接，都是中国互联网领域发展的趋势。同样，更精准的搜索匹配，针对性更强的动态投放展示，更丰富的表达形式，以及线上和线下多渠道的并行推送也都会是中国互联网广告的发展方向。

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、国家工信部、国家商务部、国家发改委、国务院发展研究中心、中国互联网协会、中国网络广告协会、51行业报告网、全国及海外多种相关报刊杂志以及专业研究机构公布和提供的大量资料，对中国互联网广告行业及各子行业的发展状况、上下游行业发展状况、市场供需形势、新产品与技术等进行了分析，并重点分析了中国互联网广告行业发展状况和特点，以及中国互联网广告行业将面临的挑战、企业的发展策略等。报告还对全球互联网广告行业发展态势作了详细分析，并对互联网广告行业进行了趋向研判，是互联网广告经营企业，科研、投资机构等单位准确了解目前互联网广告行业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品。

## 报告目录

### 第一部分 产业环境透视

#### 第一章 互联网广告相关概述

##### 第一节 网络广告的定义及起源

###### 一、网络广告的定义

###### 二、网络广告的特点

###### 三、网络广告的价值

##### 第二节 互联网广告模式

###### 一、传统展示广告模式

###### 二、即时信息(im)广告模式

###### 三、窄告网广告模式

###### 四、网络视频广告模式

###### 五、富媒体(rich media)广告

###### 六、搜索引擎广告

###### 七、电子邮件广告模式

##### 第三节 网络广告其它相关介绍

###### 一、网络广告的主要形式

###### 二、网络广告评估的方法

###### 三、网络广告的计费方式

### 第二章 中国互联网广告行业发展环境分析

#### 第一节 互联网广告行业政治法律环境

##### 一、行业管理体制分析

##### 二、行业主要法律法规

##### 三、互联网广告行业标准

#### 四、行业相关发展规划

#### 五、政策环境对行业的影响

### 第二节 行业经济环境分析

#### 一、宏观经济形势分析

#### 二、宏观经济环境对行业的影响分析

### 第三节 行业社会环境分析

#### 一、互联网广告产业社会环境

#### 二、社会环境对行业的影响

#### 三、互联网广告产业发展对社会发展的影响

### 第四节 行业技术环境分析

#### 一、行业技术发展水平分析

#### 二、互联网广告技术发展趋势分析

#### 三、技术环境对行业的影响

## 第三章 国际互联网广告行业发展分析及经验借鉴

### 第一节 全球互联网广告市场总体情况分析

#### 一、全球互联网广告行业的发展特点

#### 二、全球互联网广告市场结构

#### 三、全球互联网广告行业发展分析

#### 四、全球互联网广告行业竞争格局

#### 五、全球互联网广告市场区域分布

### 第二节 美国互联网广告行业发展经验借鉴

#### 一、美国互联网广告行业发展历程分析

#### 二、美国互联网广告行业运营模式分析

#### 三、美国互联网广告行业发展趋势预测

#### 四、美国互联网广告行业对中国的启示

#### 第三节 日本互联网广告行业发展经验借鉴

##### 一、日本互联网广告行业发展历程分析

##### 二、日本互联网广告行业运营模式分析

##### 三、日本互联网广告行业发展趋势预测

##### 四、日本互联网广告行业对中国的启示

#### 第四节 英国互联网广告行业发展经验借鉴

##### 一、英国互联网广告行业发展历程分析

##### 二、英国互联网广告行业运营模式分析

##### 三、英国互联网广告行业发展趋势预测

##### 四、英国互联网广告行业对中国的启示

### 第二部分 市场深度调研

#### 第四章 互联网产业发展状况

##### 第一节 世界互联网产业分析

##### 一、2019-2023年全球互联网行业分析

##### 二、2019-2023年全球互联网行业动态

##### 三、世界各国互联网管理概况

##### 第二节 中国互联网产业综述

##### 一、互联网行业在国民经济中的地位

##### 二、十四五以来中国互联网发展综合分析

##### 三、中国互联网行业发展的特点

##### 四、中国互联网行业规模和结构分析

##### 第三节 中国互联网行业用户分析

##### 一、中国互联网用户规模

## 二、中国互联网用户分布状况

## 三、中国互联网用户结构特征分析

### 第四节 中国互联网行业竞争状况

#### 一、中国互联网行业集中度分析

#### 二、中国互联网行业的进入与退出壁垒分析

#### 三、中国互联网行业竞争结构分析

#### 四、中国互联网行业生命周期分析

### 第五节 中国互联网行业投融资状况分析

#### 一、中国互联网行业资金渠道分析

#### 二、中国互联网行业投资分析

#### 三、中国移动互联网投资状况

#### 四、中国互联网并购状况

## 第五章 中国互联网广告行业综合分析

### 第一节 中国网络广告行业综述

#### 一、互联网广告的发展阶段分析

#### 二、中国网络广告市场发展的特点

#### 三、中国网络广告消费群体分析

### 第二节 中国网络广告市场的发展

#### 一、2019-2023年中国网络广告市场规模分析

#### 二、2019-2023年中国网络广告市场结构分析

#### 三、2019-2023年中国网络广告运行现状

### 第三节 网络广告精准营销分析

#### 一、精准营销的优势

#### 二、网络广告精准营销表现形式及其有效性

三、网络广告精准营销的缺陷

四、网络广告精准营销策略

第四节 互联网广告行业发展面临的挑战

一、中国互联网广告发展中的问题

二、中国网络广告发展存在的不足

三、制约中国网络广告发展的瓶颈

第五节 互联网广告行业发展对策

一、互联网广告行业发展建议

二、中国网络广告发展的对策

三、提升互联网广告投放绩效的关键

第六章 视频广告市场分析

第一节 富媒体广告分析

一、富媒体广告发展相关概述

二、富媒体广告发展综述

三、富媒体广告综合表现力良好

四、富媒体广告发展存在的问题

第二节 视频广告市场发展综述

一、全球视频广告市场现状分析

二、视频广告影响力日益加大

三、在线视频广告竞争力上升

第三节 中国网络视频广告收入分析

一、2019-2023年中国网络视频广告收入总额分析

二、2019-2023年中国网络视频广告收入占比分析

三、2019-2023年中国网络视频广告收入结构分析

#### 第四节 主要视频网广告发展动态

一、youtube积极发展视频广告业务

二、hulu将调整视频广告业务模式

三、优酷土豆启动统一广告投放系统

四、酷6推出新型视频广告投放模式

#### 第五节 视频广告发展的问题及对策

一、视频广告发展需解决的问题

二、视频广告仍面临盈利压力

三、视频广告发展五大问题尚待解决

四、视频广告的传播策略分析

#### 第六节 视频广告前景展望

一、视频广告市场前景看好

二、2019-2023年视频广告行业发展预测

三、在线视频广告收入将超电视广告

### 第七章 搜索广告市场分析

#### 第一节 搜索广告发展概况

一、搜索广告市场发展态势分析

二、付费搜索广告市场大受欢迎

三、平板领域付费搜索广告增长迅速

四、搜索引擎广告付费收录模式分析

#### 第二节 中国搜索广告市场的发展

一、2019-2023年中国搜索广告市场规模分析

二、2019-2023年中国搜索广告市场结构分析

三、2019-2023年中国搜索广告市场占比分析

### 第三节 重点企业搜索广告业务发展状况

- 一、搜索广告市场重点企业竞争激烈
- 二、百度搜索广告业务发展现状
- 三、谷歌搜索广告收入占比高
- 四、雅虎搜索广告营收增长情况
- 五、易查推出移动搜索关键词广告业务
- 六、腾讯搜索发力无线搜索广告市场

## 第八章 网络游戏广告市场分析

### 第一节 网络游戏广告发展探析

- 一、网络游戏成为广告载体的原因
- 二、网络游戏广告发展的优势
- 三、中国网络游戏广告市场规模
- 四、中国网络游戏广告市场特征

### 第二节 网络游戏内置广告相关概述

- 一、网络游戏植入式广告定义
- 二、网络游戏植入式广告优势
- 三、网络游戏植入式广告的植入模式
- 四、网游内置广告的技术实现方式

### 第三节 网络游戏内置广告发展分析

- 一、网络游戏植入广告市场剖析
- 二、网游植入广告市场呈现多元化发展
- 三、网络游戏内置广告市场面临发展机遇
- 四、游戏内置广告行业前景看好

### 第四节 网络游戏内置广告存在的问题及对策



- 一、网络游戏植入式广告存在的问题
- 二、网络游戏内置广告发展面临的困境
- 三、网络游戏内置广告现存的发展瓶颈及对策
- 四、网络游戏植入式广告的发展策略
- 五、网游内置广告需构建效果评估指标

#### 第五节 网络游戏广告开发战略

- 一、网络游戏广告的4ps策略
- 二、网络游戏广告的效果测量战略

### 第三部分 竞争格局分析

#### 第九章 互联网广告市场竞争分析

##### 第一节 网络广告与传统媒体广告的竞争

- 一、网络广告自适性优于传统媒体广告
- 二、全球网络广告超越传统媒体广告
- 三、中国网络广告首次超越传统媒体广告
- 四、网络广告增长速度超越传统媒体广告

##### 第二节 网络广告市场竞争概况

- 一、限广令加剧网络广告市场竞争
- 二、中国互联网广告市场竞争态势分析
- 三、互联网广告市场竞争激烈

##### 第三节 互联网巨头广告业务竞争状况

- 一、三大互联网巨头争夺移动广告市场份额
- 二、互联网巨头争占社交网络广告市场
- 三、微软、谷歌和雅虎争夺互联网显示广告市场

#### 第十章 中国互联网广告行业企业经营分析

## 第一节 分众传媒(中国)控股有限公司

一、企业基本情况介绍

二、企业广告业务分析

三、企业优势与劣势分析

四、企业经营战略分析

## 第二节 悠易互通(北京)广告有限公司

一、企业基本情况介绍

二、企业广告业务分析

三、企业优势与劣势分析

四、企业经营战略分析

## 第三节 珠海麒润网络科技有限公司

一、企业基本情况介绍

二、企业广告业务分析

三、企业优势与劣势分析

四、企业经营战略分析

## 第四节 华扬联众数字技术股份有限公司

一、企业基本情况介绍

二、企业广告业务分析

三、企业优势与劣势分析

四、企业经营战略分析

## 第五节 江苏丰泽互联网广告有限公司

一、企业基本情况介绍

二、企业广告业务分析

三、企业优势与劣势分析

#### 四、企业经营战略分析

##### 第六节 北京新意互动数字技术有限公司

###### 一、企业基本情况介绍

###### 二、企业广告业务分析

###### 三、企业优势与劣势分析

###### 四、企业经营战略分析

##### 第七节 深圳豪客互联网有限公司

###### 一、企业基本情况介绍

###### 二、企业广告业务分析

###### 三、企业优势与劣势分析

###### 四、企业经营战略分析

##### 第八节 北京仙果科技股份有限公司

###### 一、企业基本情况介绍

###### 二、企业广告业务分析

###### 三、企业优势与劣势分析

###### 四、企业经营战略分析

##### 第九节 北京腾信创新网络营销技术股份有限公司

###### 一、企业基本情况介绍

###### 二、企业广告业务分析

###### 三、企业优势与劣势分析

###### 四、企业经营战略分析

##### 第十节 电通数码(北京)广告有限公司

###### 一、企业基本情况介绍

###### 二、企业广告业务分析

### 三、企业优势与劣势分析

### 四、企业经营战略分析

## 第四部分 发展前景展望

### 第十一章 2024-2029年互联网广告行业前景及趋势预测

#### 第一节 2024-2029年互联网广告市场发展前景

##### 一、互联网广告市场发展潜力

##### 二、互联网广告市场发展前景展望

##### 三、互联网广告细分行业发展前景分析

#### 第二节 2024-2029年互联网广告市场发展趋势预测

##### 一、互联网广告行业发展趋势分析

###### 1、技术发展趋势分析

###### 2、产品发展趋势分析

##### 二、互联网广告行业市场规模预测

###### 1、互联网广告行业市场容量预测

###### 2、互联网广告行业销售收入预测

##### 三、互联网广告行业细分市场发展趋势预测

### 第十二章 2024-2029年互联网广告行业投资机会与风险防范

#### 第一节 中国互联网广告行业投资特性分析

##### 一、互联网广告行业进入壁垒分析

##### 二、互联网广告行业盈利模式分析

##### 三、互联网广告行业盈利因素分析

#### 第二节 中国互联网广告行业投资情况分析

##### 一、互联网广告行业总体投资及结构

##### 二、互联网广告行业投资规模情况

### 三、互联网广告行业投资项目分析

#### 第三节 中国互联网广告行业投资风险

##### 一、互联网广告行业政策风险

##### 二、互联网广告行业关联产业风险

##### 三、互联网广告行业产品结构风险

##### 四、互联网广告行业技术风险

#### 第四节 互联网广告行业投资机会

##### 一、产业链投资机会

##### 二、细分市场投资机会

##### 三、重点区域投资机会

##### 四、互联网广告行业投资机遇

### 第十三章 研究结论及发展建议

#### 第一节 互联网广告行业研究结论及建议

#### 第二节 互联网广告子行业研究结论及建议

#### 第三节 中道泰和互联网广告行业发展建议

##### 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：互联网广告行业生命周期

图表：互联网广告行业产业链结构

图表：2019-2023年中国互联网广告行业盈利能力分析

图表：2019-2023年中国互联网广告行业运营能力分析

图表：2019-2023年中国互联网广告行业偿债能力分析

图表：2019-2023年中国互联网广告行业发展能力分析

图表：2019-2023年中国互联网广告行业经营效益分析

图表：2019-2023年互联网广告行业利润总额分布

图表：2019-2023年互联网广告行业从业人员分布

图表：2019-2023年互联网广告行业销售收入分布

图表：2019-2023年互联网广告行业资产总额分布

图表：2019-2023年互联网广告行业企业数量分布

图表：2019-2023年中国互联网广告行业市场规模

图表：2019-2023年互联网广告行业主营业务收入

图表：2024-2029年互联网广告行业市场规模预测

图表：2024-2029年互联网广告行业销售收入预测

把握投资 决策经营！

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

本文地址 : <https://www.51baogao.cn/hulianwang/201001132050.shtml>

在线订购 : [点击这里](#)