

2011年中国无线互联网广告市场 调查报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2011年中国无线互联网广告市场调查报告》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/chuanmei1107/K147750RXN.html>

【报告价格】纸介版6800元 电子版6800元 纸介+电子6800元

【出版日期】2011-07-15

【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

报告简介：

手机客户端方式承载的广告平台是手机媒体广告发展的一种新的广告模式，正在迅速发展并受到广告商、服务商和VC等的青睐。艾媒市场咨询(iiimedia research)根据市场数据预测，在2011年，全球无线广告市场规模将会达到35.9亿美元，在2013年，全球无线广告市场规模将会达到110.5亿美元左右。2011年中国无线广告市场规模将达35.1亿元，环比增长53.3%。

报告目录

第一章 全球无线广告行业市场状况分析

- 1.1 无线广告的概念
- 1.2 2010-2011年全球无线广告的发展状况
- 1.3 2010-2011年全球经济中中国经济形势分析
- 1.4 2009-2013年全球无线广告规模的发展及预测
- 1.5 2010-2011年全球无线广告行业价值链环境
- 1.6 2010-2011年全球无线广告商业模式与分类
- 1.7 2010-2011年全球无线广告特征分析

第二章 中国无线广告市场发展趋势分析

- 2.1 2010-2011年中国无线广告的产业链构成
- 2.2 2010-2011年中国无线广告的发展现状
- 2.3 2010-2011年中国无线广告商业模式和特点
- 2.4 2010-2011年3G产业对中国无线广告市场发展的影响
- 2.5 2009-2013年中国无线广告份额结构
- 2.6 2010-2011年中国手机广告效果评估
- 2.7 2010-2011年中国手机广告效果评估现状分析

第三章 中国无线广告市场行业定性发展趋势分析

- 3.1 2010-2011年中国无线广告行业面临的几大问题
- 3.2 2010-2011年中国无线广告行业迎来的挑战
- 3.3 中国无线广告市场未来发展的主要推动因素分析
- 3.4 2010-2011年中国运营商的无线广告业探讨
- 3.5 2010-2011年中国无线广告企业的盈利模式

3.6 2010-2011年中国无线广告市场与全球国际市场的对比分析

第四章 2010-2011年中国无线广告行业环境分析

4.1 2010-2011年中国无线广告的社会环境

4.2 2010-2011年宏观环境对中国无线广告市场的影响

4.3 2009-2013年中国智能终端与移动互联网规模调查

4.3.1 2009-2013年中国智能手机的发展规模

4.3.2 2009-2013年中国移动互联网规模的发展

4.4 2009-2013年中国无线广告规模的发展及预测

第五章 中国无线广告市场调查分析

5.1 2009-2013年中国手机网页广告市场规模

5.2 2009-2013年中国手机客户端广告市场规模

5.3 2009-2013年中国短信/彩信类广告市场规模

5.4 2009-2013年中国手机报刊广告市场规模

5.5 2009-2013年中国无线广告互动营销市场规模

第六章 2010年中国无线广告受众行为调查分析

6.1 2010年中国无线广告受众的手机使用情况分析

6.1.1 2010-2011年中国无线广告受众手机类型调查

6.1.2 2010-2011年中国无线广告受众基本网络行为(除语音/短信)

6.1.3 2010-2011年中国无线广告受众手机上网频率调查

6.1.4 2010-2011年中国无线广告受众内容搜索调查

6.2 2010年中国无线广告在手机客户端中的效果情况

6.2.1 2010-2011年中国网民无线广告接触情况调查

6.2.2 2010-2011年中国无线广告受众点击手机客户端广告原因

6.3 2010-2011年中国手机网民手机广告了解渠道分析

6.4 2010-2011年中国无线广告主满意度调查

6.5 2010-2011年中国手机网民短信类广告处理方式调查

6.6 2010-2011年中国无线广告受众无线广告观后感调查

6.7 2010-2011年中国手机网民遭遇手机客户端广告陷阱调查

6.8 2010-2011年中国手机网民遭遇短信广告类陷阱调查

6.9 2010-2011年中国手机网民手机广告类型认知调查

第七章 广告主行为调查分析

7.1 2010-2011年中国无线广告主首选代理联盟平台要求

7.2 2010-2011年中国无线广告主首选代理平台首选原因分析

7.3 2010-2011年中国品牌广告商首选无线广告媒介类型调查

7.4 2010-2011年中国品牌广告商首选手机客户端媒介原因调查

7.5 2010-2011年中国最热衷手机客户端类广告投放行业调查

7.6 2010-2011年中国最热衷短信类广告投放行业调查

第八章 中国无线广告受众地域分布及自身基本状况调查分析

8.1 2010-2011年中国手机广告代理市场占有率调查

8.2 2010-2011年中国无线广告受众区域分布状况调查

8.3 2010-2011年中国无线广告受众学历水平分布状况调查

8.4 2010-2011年中国无线广告受众职业分布状况调查

8.5 2010-2011年中国无线广告受众年龄结构调查

8.6 2010-2011年中国无线广告受众性别结构调查

8.7 2010-2011年中国无线广告受众月收入范围调查

8.8 2010-2011年中国无线广告受众家庭月总收入范围

第九章 2010-2011年全球国际无线广告市场概况分析

9.1 美国无线广告市场

9.2 韩国无线广告市场

9.3 日本无线广告市场

9.4 印度无线广告市场

9.5 中国无线广告市场

第十章 2010-2011年中国无线广告市场广告主关注企业分析

10.1 admob

10.2 有米广告

10.3 哇棒 (wooboo)

10.4 亿动广告传媒 (Madhouse)

10.5 架势 (casee)

10.6 多盟智胜

10.7 淘告

图表

图 1-4 2009-2013年全球无线广告规模的发展及预测

图 2-5 2009-2013年中国无线广告份额结构

图 4-3-1 2009-2013年中国智能手机的发展规模

图 4-3-2 2009-2013年中国移动互联网规模的发展

图 4-4 2009-2013年中国无线广告规模的发展及预测

图 5-1 2009-2013年中国手机网页广告市场规模

图 5-2 2009-2013年中国手机客户端广告市场规模

图 5-3 2009-2013年中国短信/彩信类广告市场规模

图 5-4 2009-2013年中国手机报刊广告市场规模

图 5-5 2009-2013年中国无线广告互动营销市场规模

图 6-1-1 2010-2011年中国无线广告受众手机类型调查

图 6-1-2 2010-2011年中国无线广告受众基本网络行为(除语音/短信)

图 6-1-3 2010-2011年中国无线广告受众手机上网频率调查

图 6-1-4 2010-2011年中国无线广告受众内容搜索调查

图 6-2-1 2010-2011年中国网民无线广告接触情况调查

图 6-2-2 2010-2011年中国无线广告受众点击手机客户端广告原因

图 6-3 2010-2011年中国手机网民手机广告了解渠道分析

图 6-4 2010-2011年中国无线广告主满意度调查

图 6-5 2010-2011年中国手机网民短信类广告处理方式调查

图 6-6 2010-2011年中国无线广告受众无线广告观后感调查

图 6-7 2010-2011年中国手机网民遭遇手机客户端广告陷阱调查

图 6-8 2010-2011年中国手机网民遭遇短信广告类陷阱调查

图 6-9 2010-2011年中国手机网民手机广告类型认知调查

图 7-1 2010-2011年中国无线广告主首选代理联盟平台要求

图 7-2 2010-2011年中国无线广告主首选代理平台首选原因分析

图 7-3 2010-2011年中国品牌广告商首选无线广告媒介类型调查

图 7-4 2010-2011年中国品牌广告商首选手机客户端媒介原因

图 7-5 2010-2011年中国最热衷手机客户端类广告投放行业调查

图 7-6 2010-2011年中国最热衷短信类广告投放行业调查

图 8-1 2010-2011年中国手机广告代理市场占有率调查

图 8-2 2010-2011年中国无线广告受众区域分布状况调查

图 8-3 2010-2011年中国无线广告受众学历水平分布状况调查

图 8-4 2010-2011年中国无线广告受众职业分布状况调查

图 8-5 2010-2011年中国无线广告受众年龄结构调查

图 8-6 2010-2011年中国无线广告受众性别结构调查

图 8-7 2010-2011年中国无线广告受众月收入范围调查

图 8-8 2010-2011年中国无线广告受众家庭月总收入范围

本研究报告数据主要采用国家统计数据，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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/chuanmei1107/K147750RXN.html>