

# 2012-2016年中国手机广告 行业运营状况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

《2012-2016年中国手机广告行业运营状况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/chuanmei1202/P643802MWG.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】2012-02-17

【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

博思数据研究中心 <http://www.bosidata.com>

## 报告说明:

博思数据研究中心发布的《2012-2016年中国手机广告行业运营状况分析与投资前景研究报告》共十三章。首先介绍了手机广告相关概述、中国手机广告市场运行环境等，接着分析了中国手机广告市场发展的现状，然后介绍了中国手机广告重点区域市场运行形势。随后，报告对中国手机广告重点企业经营状况分析，最后分析了中国手机广告行业发展趋势与投资预测。您若想对手机广告产业有个系统的了解或者想投资手机广告行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

通过《2012-2016年中国手机广告行业运营状况分析与投资前景研究报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业发展提供了科学决策依据。

目前，随着我国手机用户普及率的逐渐提高，手机作为一种新型媒体的应用价值也日益凸现。手机媒体拥有其它媒体无法比拟的优势，例如覆盖人群最广、传播成本比较低廉、可以最方便地把人们的零碎时间利用起来，并且能够极为快捷地传播信息。随着3G时代的日益临近，各种多媒体形式也将充分体现在手机上，这将给广告主更大的发挥空间。在未来的5年左右，3G手机普及之后，手机媒体将成为普通人在日常生活中获得信息的重要手段。可将手机广告(Mobile telephone advertising)定义为：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。

## 第一章 手机广告行业发展概述

### 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 世界广告业发展综合分析

### 第一节 世界广告业发展分析

一、世界广告发展历程

二、世界广告媒体发展历史

三、世界广告业的逻辑发展轨迹解析

四、全球广告市场发展浅析

### 第二节 美国广告业发展分析

一、美国现代广告的发展

二、美国广告市场状况

三、汽车业衰败影响美国广告业

四、美国广告支出概述

### 第三节 日本广告行业发展状况分析

一、日本现代广告的发展分析

二、日本广告市场发展格局分析

三、日本广告收入分析

四、日本企业广告支出分析

### 第四节 英国广告行业发展分析

一、英国互联网广告支出走势分析

二、英国移动广告实现强势增长

三、英国电视广告的政策与规定解析

四、英国电视广告市场日趋稳定

### 第五节 俄罗斯广告行业发展分析

一、俄罗斯的部分广告种类浅析

二、俄罗斯成为全球发展速度最快的广告市场

三、俄罗斯广告市场稳步发展

### 第六节 世界广告业发展趋势分析

一、全球经济一体化下广告业的趋势变革

二、世界广告发展新趋势变化

三、虚拟世界广告发展前景分析

四、2010-2012年全球广告市场发展预测

### 第三章 世界手机广告业发展形势分析

#### 第一节 2011-2012年世界手机广告业发展分析

一、美国手机广告市场份额

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 2011-2012年世界手机广告市场动态分析

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 2012-2016年世界手机广告市场发展趋势分析

### 第四章 中国广告行业发展动态分析

#### 第一节 中国广告业发展概述

一、中国现代广告的发展历程

二、中国广告业发展的市场环境分析

三、中国广告业的产业组织结构解析

四、我国广告业发展变化概述

五、我国广告业步入营销策划时代

#### 第二节 中国广告市场上的外资发展分析

一、国外广告公司加速进军中国

二、外资加速在华新媒体广告业布局

三、全球广告巨头中国市场竞争动态分析

四、中国广告产业外资影响分析

#### 第三节 中国广告行业创意发展分析

一、现代广告传播中的创意理论简析

二、世界多元文化对广告创意的影响分析

三、中国广告作品创意趋势分析

#### 第四节 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 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

## 第五章 中国手机广告行业发展分析

### 第一节 2011-2012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 2011-2012年中国手机广告市场发展现状分析

- 一、手机广告的投放特点
- 二、手机广告对用户消费的影响
- 三、中国手机广告支出额居金砖四国之首
- 四、手机广告规范情况分析

### 第三节 2011-2012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

## 第六章 中国手机广告产业运行环境分析

### 第一节 国内手机广告经济环境分析

- 一、GDP历史变动轨迹分析

二、固定资产投资历史变动轨迹分析

三、2012年中国手机广告经济发展预测分析

第二节 中国手机广告行业政策环境分析

## 第七章 中国手机广告受众及投放分析

第一节 2011-2012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 2011-2012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 2011-2012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

## 第八章 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、2011-2012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、2011-2012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、2011-2012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、2011-2012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、2011-2012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、2011-2012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、2011-2012年搜索类广告发展分析

### 第九章 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、手机广告业竞争状况分析

#### 三、广东手机广告业发展分析

## 第十章 中国手机广告产业市场竞争格局分析

### 第一节 2011-2012年中国各种广告形式市场竞争综合分析

#### 一、互联网与传统广告行业竞合分析

#### 二、谷歌微软对传统广告公司的压力

#### 三、中国广告业界软硬广告竞争分析

#### 四、央视重点时段广告竞争分析

#### 五、移动广告行业竞争形势分析

### 第二节 2011-2012年中国手机广告业竞争状况分析

#### 一、中国手机广告品牌竞争分析

#### 二、中国手机广告价格竞争分析

#### 三、中国手机广告竞争战略分析

### 第三节 2011-2012年中国手机广告企业竞争策略分析

## 第十一章 中国手机广告重点企业分析

### 第一节 分众无线

#### 一、企业概况

#### 二、2011-2012年经营状况分析

#### 三、竞争优势分析

### 第二节 飞拓无限

#### 一、企业概况

#### 二、2011-2012年经营状况分析

#### 三、竞争优势分析

### 第三节 亿动传媒

#### 一、企业概况

#### 二、2011-2012年经营状况分析

#### 三、竞争优势分析

### 第四节 上海聚君

## 一、企业概况

## 二、2011-2012年经营状况分析

## 三、竞争优势分析

### 第五节 魅媒网

## 一、企业概况

## 二、2011-2012年经营状况分析

## 三、竞争优势分析

### 第六节 移动运营商

## 一、2011-2012年中国电信手机广告业务发展分析

## 二、2011-2012年中国移动手机广告业务发展分析

## 三、2011-2012年中国联通手机广告业务发展分析

## 第十二章 2012-2016年中国手机广告行业发展趋势分析

### 第一节 2012-2016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 2012-2016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

## 第十三章 2012-2016年中国手机广告业投资机会与风险分析

### 第一节 2012-2016年中国广告业投资机会分析

#### 一、金融危机下中国广告市场的投资机遇

#### 二、“第五媒体”广告市场孕育巨大商机

#### 三、网络游戏市场受青睐

#### 四、移动电视媒体广告价值受肯定

#### 五、国际广告公司积极开发二线城市

### 第二节 2012-2016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

图表目录（部分）：

图表：2005-2011年国内生产总值

图表：2005-2011年居民消费价格涨跌幅度

图表：2011年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2005-2011年国家外汇储备

图表：2005-2011年财政收入

图表：2005-2011年全社会固定资产投资

图表：2011年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2011年固定资产投资新增主要生产能力

图表：&hellip;&hellip;

更多图表详见正文&hellip;&hellip;

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/chuanmei1202/P643802MWG.html>