

# 2016-2022年中国无线广告 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

《2016-2022年中国无线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/chuanmei1510/Q875040PCF.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7000元 纸介+电子7200元

【出版日期】2015-10-26

【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《2016-2022年中国无线广告市场分析与投资前景研究报告》共十章。报告介绍了无线广告行业相关概述、中国无线广告产业运行环境、分析了中国无线广告行业的现状、中国无线广告行业竞争格局、对中国无线广告行业做了重点企业经营状况分析及中国无线广告产业发展前景与投资预测。您若想对无线广告产业有个系统的了解或者想投资无线广告行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

## 报告目录：

### 第一章全球无线广告行业市场发展状况分析

#### 1.1无线广告的定义范畴

#### 1.22015年全球无线广告的发展状况

#### 1.32015年全球经济中中国经济形势分析

#### 1.42011-2015年全球无线广告规模的发展及预测

#### 1.52015年全球无线广告行业价值链环境

#### 1.62015年全球无线广告典型商业模式

#### 1.72015年全球无线广告形式特征分析

### 第二章中国无线广告市场发展趋势分析

#### 2.12015年中国无线广告的产业链构成

#### 2.22015年中国无线广告的发展现状

#### 2.32015年中国无线广告商业模式和特点

#### 2.42015年4G产业对中国无线广告市场发展的影响

#### 2.52011-2015年中国无线广告模式占比份额结构

#### 2.62015年中国手机广告效果现状

#### 2.72015年中国手机广告效果评估分析

#### 2.8手机广告的发展前景和发展阻力分析

### 第三章中国无线广告市场行业定性发展趋势分析

#### 3.12015年中国无线广告行业面临的几大问题

- 3.22015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
- 3.42015年中国运营商的无线广告业探讨
- 3.52015年中国无线广告企业的盈利模式
- 3.6中国无线广告市场与全球国际市场的对比分析

#### 第四章中国无线广告产业环境分析

- 4.12015年中国无线广告的社会环境
- 4.22015年宏观环境对中国无线广告市场的影响
- 4.32011-2015年中国智能终端与移动互联网规模调查
- 4.3.12011-2015年中国智能手机的发展规模
- 4.3.22011-2015年中国移动互联网规模的发展
- 4.42011-2015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状况调查分析

- 5.12011-2015年中国手机网页广告市场规模
- 5.22011-2015年中国手机客户端广告市场规模
- 5.32011-2015年中国短信/彩信类广告市场规模
- 5.42011-2015年中国手机报刊广告市场规模
- 5.52011-2015年中国无线广告互动营销市场规模

#### 第六章中国无线广告受众行为调查分析

- 6.1中国无线广告受众的手机使用状况分析
- 6.1.12015年中国无线广告受众手机类型调查
- 6.1.22015年中国无线广告受众基本网络行为(除语音/短信)
- 6.1.32015年中国无线广告受众手机上网频率调查
- 6.1.42015年中国无线广告受众内容搜索调查
- 6.22015年中国无线广告在手机客户端中的效果情况
- 6.2.12015年中国网民无线广告接触情况调查
- 6.2.22015年中国无线广告受众点击手机客户端广告原因
- 6.32015年中国手机网民手机广告了解渠道分析
- 6.42015年中国无线广告主满意度调查

- 6.5 2015年中国手机网民短信类广告处理方式调查
- 6.6 2015年中国无线广告受众无线广告观后感调查
- 6.7 2015年中国手机网民遭遇手机客户端广告陷阱调查
- 6.8 2015年中国手机网民遭遇短信广告类陷阱调查
- 6.9 2015年中国手机网民无线广告类型认知调查

## 第七章中国无线广告主行为调查分析

- 7.1 2015年中国无线广告主首选代理联盟平台要求
- 7.2 2015年中国无线广告主首选代理平台首选原因分析
- 7.3 2015年中国品牌广告商首选无线广告媒介类型调查
- 7.4 2015年中国品牌广告商首选手机客户端媒介原因调查
- 7.5 2015年中国最热衷手机客户端类广告投放行业调查
- 7.6 2015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行为状况调查分析

- 8.1 2015年中国手机广告代理市场占有率调查
- 8.2 2015年中国无线广告受众区域分布状况调查
- 8.3 2015年中国无线广告受众学历水平分布状况调查
- 8.4 2015年中国无线广告受众职业分布状况调查
- 8.5 2015年中国无线广告受众年龄结构调查
- 8.6 2015年中国无线广告受众性别结构调查
- 8.7 2015年中国无线广告受众月收入范围调查
- 8.8 2015年中国无线广告受众家庭月总收入范围

## 第九章2015年全球国际无线广告市场概况简析

- 9.1 美国无线广告市场发展状况简析
- 9.2 韩国无线广告市场发展状况简析
- 9.3 日本无线广告市场发展状况简析
- 9.4 印度无线广告市场发展状况简析
- 9.5 中国无线广告市场发展状况简析

## 第十章中国无线广告主关注广告运营企业运作模式

- 10.1AdMob
- 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淘告广告
- 10.8指点传媒

图表目录：

- 图1.22006-2014全球无线广告市场规模状况
- 图1.42011-2015年全球无线广告市场规模
- 图1.5无线广告行业价值链分析
- 表1.6手机广告的商业运作模式
- 表1.7无线广告的形式及其功能
- 表2.3中国无线广告商业模式及特点
- 图2.52011-2015年中国无线广告份额结构
- 图4.1影响中国无线广告的社会环境因素分析
- 图4.3.12011-2015年中国智能手机的发展规模
- 图4.3.22011-2015年中国移动互联网发展规模
- 图4.42011-2015年中国无线广告规模的发展及预测
- 图5.12011-2015年中国手机网页广告市场规模
- 图5.22011-2015年中国手机客户端广告市场规模
- 图5.32011-2015年中国短信/彩信类广告市场规模
- 图5.42011-2015年中国手机报刊广告市场规模
- 图5.52011-2015年中国无线广告互动营销市场规模
- 图6.1.12015年中国无线广告受众手机类型调查
- 图6.1.22015年中国无线广告受众基本网络行为(除语音/短信)
- 图6.1.32015年中国无线广告受众手机上网频率调查
- 图6.1.42015年中国无线广告受众内容搜索调查
- 图6.2.12015年中国网民无线广告接触情况调查
- 图6.2.22015年中国无线广告受众点击手机客户端广告原因

图6.32015年中国手机网民手机广告了解渠道分析

图6.42015年中国无线广告主满意度调查

图6.52015年中国手机网民短信类广告处理方式调查

图6.62015年中国无线广告受众无线广告观后感调查

图6.72015年中国手机网民遭遇手机客户端广告陷阱调查

图6.82015年中国手机网民遭遇短信广告类陷阱调查

图6.92015年中国手机网民手机广告类型认知调查

图7.12015年中国无线广告主首选代理联盟平台要求

图7.22015年中国无线广告主首选代理平台首选原因分析

图7.32015年中国品牌广告商首选无线广告媒介类型调查

图7.42015年中国品牌广告商首选手机客户端媒介原因调查

图7.52015年中国最热衷手机客户端类广告投放行业调查

图7.62015年中国最热衷短信类广告投放行业调查

图8.12015年中国手机广告代理市场占有率调查

图8.22015年中国无线广告受众区域分布状况调查

图8.32015年中国无线广告受众学历水平分布状况调查

图8.42015年中国无线广告受众职业分布状况调查

图8.52015年中国无线广告受众年龄结构调查

图8.62015年中国无线广告受众性别结构调查

图8.72015年中国无线广告受众月收入范围调查

图8.82015年中国无线广告受众家庭月总收入范围

图10.12015年AdMob广告请求增长速度状况

图10.7.1淘告广告运营模式分析

图10.8指点传媒运营模式分析

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/chuanmei1510/Q875040PCF.html>