

# 全球及中国手机广告行业竞争格局及投资风险展望报告2023-2029年

产品名称	全球及中国手机广告行业竞争格局及投资风险展望报告2023-2029年
公司名称	智信中科（北京）信息科技有限公司
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	北京市朝阳区汤立路218号1层
联系电话	010-84825791 18311257565

## 产品详情

全球及中国手机广告行业竞争格局及投资风险展望报告2023-2029年

【全新修订】：2023年3月

【报告价格】：[纸质版]:6500元 [电子版]:6800元 [纸质+电子]:7000元 (可以优惠)

【服务形式】：文本+电子版+光盘

【联系人】：顾里

【出版机构】：鸿晟信合研究网

部分手机广告行业发展现状

章手机广告行业发展概述

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 国外广告行业发展分析

### 第一节 世界广告行业发展概况

- 一、2018-2023年全球广告经营状况
- 二、2023年世界广告业排名状况分析
- 三、2023年1季度世界广告业发展状况

### 第二节 2023年世界广告业发展状况分析

- 一、2023年世界广告业发展规模分析
- 二、2023年世界广告业发展特点分析
- 三、2023年世界广告发展存在的问题
- 四、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、2023年戛纳广告节的开展情况
- 三、2023年全球广告支出情况分析
- 四、2023年全球互联网广告开支额
- 五、2023年经济风暴对广告行业的冲击
- 六、2018-2023年中国对全球广告市场的贡献

### 第四节 2018-2023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、2023年全球广告支出增长预测

四、2018-2023年全球广告预算情况

五、2018-2023年广告行业发展前景

### 第三章 世界手机广告业发展分析

#### 第一节 2023年世界手机广告业发展分析

一、2023年美国手机广告业发展分析

二、2023年日本手机广告业发展分析

三、2023年俄罗斯手机广告业发展分析

#### 第二节 2023年世界手机广告市场需求分析

一、2023年世界手机广告市场需求量分析

二、2023年世界手机广告策划分析

三、2023年国外企业进军中国市场情况

四、2023年世界手机广告业竞争分析

#### 第三节 2018-2023年世界手机广告市场发展趋势分析

### 第四章 我国广告行业发展现状

#### 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、2018-2023年中国广告发展现状

二、2023年内地广告市场规模分析

三、2023年中国广告市场价值分析

四、2023年中国广告市场的投放额

五、2023年广告行业人才供求情况

六、2023年广告市场面临的挑战

### 第三节 我国广告市场规范情况

一、2023年中国查处广告违法案件情况

二、2023年广告业存在的主要问题探讨

三、2023年中国广告行业新的自律规则

四、2023年广告行业结盟维护创意版权

## 第五章 我国手机广告行业发展分析

### 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 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、2023年中国手机广告市场规模

二、2023年高校手机广告市场规模

三、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

## 第六章 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、受众感兴趣的广告形式

#### 三、受众感兴趣的广告内容

### 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、吸引受众的重要的要素

#### 三、消费热点决定记忆程度

## 第七章 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、2018-2023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、2018-2023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、2018-2023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、2018-2023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、2018-2023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、2018-2023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、2018-2023年搜索类广告发展分析

## 第二部分 手机广告行业竞争格局

### 第八章 手机广告区域市场竞争力比较

#### 节 北京

- 一、2023年北京奥运手机广告全面启动
- 二、2023年北京各大重要行业手机广告发展分析
- 三、2023年北京手机广告业发展存在的问题分析
- 四、2023年北京手机广告业发展情况分析

#### 第二节 上海

- 一、2023上海市手机广告业发展特点分析
- 二、2023年上海手机广告业的效益优势分析
- 三、2023年手机广告公司经营状况及策略分析
- 四、2023年上海手机广告业发展情况分析

#### 第三节 广东

- 一、2023年手机广告业发展阶段分析
- 二、2023年手机广告业发展状况综合分析
- 三、2023年手机广告业竞争状况分析
- 四、2023年广东手机广告业发展分析

### 第九章 中国手机广告市场竞争分析

#### 节 2023年中国各种广告形式市场竞争综合分析

- 一、2023年互联网与传统广告行业竞合分析
- 二、2023年谷歌微软对传统广告公司的压力
- 三、2023年中国广告业界软硬广告竞争分析
- 四、2018-2023年央视重点时段广告竞争分析
- 五、2018-2023年移动广告行业竞争形势分析

#### 第二节 2023年中国手机广告业竞争状况分析

- 一、2023年中国手机广告品牌竞争分析
- 二、2023年中国手机广告价格竞争分析
- 三、2023年中国手机广告竞争战略分析

## 第九章 手机广告企业竞争策略分析

### 第一节 手机广告市场竞争策略分析

- 一、2023年手机广告市场增长潜力分析
- 二、2023年手机广告主要潜力品种分析
- 三、现有手机广告产品竞争策略分析
- 四、潜力手机广告品种竞争策略选择
- 五、典型企业产品竞争策略分析

### 第二节 手机广告企业竞争策略分析

- 一、金融危机对手机广告行业竞争格局的影响
- 二、金融危机后手机广告行业竞争格局的变化
- 三、2018-2023年我国手机广告市场竞争趋势
- 四、2018-2023年手机广告行业竞争格局展望
- 五、2018-2023年手机广告行业竞争策略分析
- 六、2018-2023年手机广告企业竞争策略分析

## 第十章 手机广告重点企业竞争分析

### 第一节 分众无线

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2018-2023年经营状况
- 四、2018-2023年发展战略

### 第二节 飞拓无限

### 第三节 亿动传媒



## 第四节 上海聚君

## 第五节 魅媒网

## 第六节 移动运营商

### 一、2018-2023年中国电信手机广告业务发展分析

### 二、2018-2023年中国移动手机广告业务发展分析

### 三、2018-2023年中国联通手机广告业务发展分析

## 第三部分 手机广告行业前景预测

## 第十一章 手机广告行业发展趋势分析

### 节 中国广告行业发展趋势分析

#### 一、中国广告业发展新动向

#### 二、2023年中国广告市场趋势解析

#### 三、2018-2023年中国广告行业发展前景

#### 四、2018-2023年中国对全球广告市场的推动

#### 五、2023年中国广告市场发展与新媒体趋势

### 第二节 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

## 第十二章 未来手机广告行业发展预测

### 节 2018-2023年国际手机广告市场预测

#### 一、2018-2023年全球手机广告行业供给预测

#### 二、2018-2023年全球手机广告市场需求前景

#### 三、2018-2023年全球手机广告市场价格预测

### 第二节 2018-2023年国内手机广告市场预测

#### 一、2018-2023年国内手机广告行业供给预测

- 二、2018-2023年国内手机广告行业规模预测
- 三、2018-2023年国内手机广告市场需求前景
- 四、2018-2023年国内手机广告市场价格预测
- 五、2018-2023年国内手机广告行业集中度预测

## 第四部分 手机广告行业投资战略研究

### 第十三章 手机广告行业投资现状分析

#### 节 2023年手机广告行业投资情况分析

- 一、2023年总体投资及结构
- 二、2023年投资规模情况
- 三、2023年投资增速情况
- 四、2023年分行业投资分析
- 五、2023年分地区投资分析
- 六、2023年外商投资情况

#### 第二节 2023年1季度手机广告行业投资情况分析

- 一、2023年1季度总体投资及结构
- 二、2023年1季度投资规模情况
- 三、2023年1季度投资增速情况
- 四、2023年1季度分行业投资分析
- 五、2023年1季度分地区投资分析
- 六、2023年1季度外商投资情况

### 第十四章 手机广告行业投资环境分析

#### 节 经济发展环境分析

- 一、2018-2023年我国宏观经济运行情况
- 二、2018-2023年我国宏观经济形势分析
- 三、2018-2023年投资趋势及其影响预测

## 第二节 政策法规环境分析

- 一、2023年手机广告行业政策环境
- 二、2023年国内宏观政策对其影响
- 三、2023年行业产业政策对其影响

## 第三节 社会发展环境分析

- 一、国内社会环境发展现状
- 二、2023年社会环境发展分析
- 三、2018-2023年社会环境对行业的影响分析

## 第十五章 手机广告行业投资机会与风险

### 节 手机广告行业投资效益分析

- 一、2018-2023年手机广告行业投资状况分析
- 二、2018-2023年手机广告行业投资效益分析
- 三、2018-2023年手机广告行业投资趋势预测
- 四、2018-2023年手机广告行业的投资方向
- 五、2018-2023年手机广告行业投资的建议
- 六、新进入者应注意的障碍因素分析

### 第二节 影响手机广告行业发展的主要因素

- 一、2018-2023年影响手机广告行业运行的有利因素分析
- 二、2018-2023年影响手机广告行业运行的稳定因素分析
- 三、2018-2023年影响手机广告行业运行的不利因素分析
- 四、2018-2023年我国手机广告行业发展面临的挑战分析
- 五、2018-2023年我国手机广告行业发展面临的机遇分析

### 第三节 手机广告行业投资风险及控制策略分析

- 一、2018-2023年手机广告行业市场风险及控制策略
- 二、2018-2023年手机广告行业政策风险及控制策略

三、2018-2023年手机广告行业经营风险及控制策略

四、2018-2023年手机广告行业技术风险及控制策略

五、2018-2023年手机广告同业竞争风险及控制策略

六、2018-2023年手机广告行业其他风险及控制策略

## 第十六章 手机广告行业投资战略研究

### 第一节 手机广告行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

### 第二节 对我国手机广告品牌的战略思考

一、企业品牌的重要性

二、手机广告实施品牌战略的意义

三、手机广告企业品牌的现状分析

四、我国手机广告企业的品牌战略

五、手机广告品牌战略管理的策略

### 第三节 手机广告行业投资战略研究

一、2023年广告行业投资战略

二、2023年我国手机广告行业投资战略

三、2018-2023年手机广告行业投资战略

四、2018-2023年细分行业投资战略

## 图表目录

图表：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、户外、互联网）

图表：2018-2023年间全球10大广告支出国的市场份额增长速度

图表：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：2023年全球广告公司收入排名

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：2018-2023年全球手机信息收入规模及增长情况

图表：全球GPS手机出货量统计和预测

图表：2018-2023年西欧地区手机付费广告市场收入

图表：2018-2023年美国手机银行用户规模及增长率

图表：2018-2023年中国手机市场规模变化

图表：2018-2023年中国手机市场销量及增长预测

图表：2023年手机渠道变化趋势

图表：2023年中国市场受用户关注的15大手机品牌分布

图表：2023年主流品牌关注比例波动幅度对比

图表：2023年中国七大区域手机市场关注比例分布

图表：2022年Q1-Q4七大区域手机市场关注比例走势对比

图表：2018-2023年手机品牌区域格局

图表：2022年Q1-Q4音乐手机市场关注比例走势

图表：2023年中国市场不同价位音乐手机关注比例分布

图表：2022年Q1-Q4智能手机市场关注比例走势

图表：2023年中国市场不同价位智能手机关注比例分布

图表：2023年中国市场不同像素拍照手机关注比例分布

图表：2023年中国市场不同价位手机关注比例分布

图表：2023年不同价位区间手机关注比例波动幅度对比

图表：2023年中国手机市场价格指数走势

图表：2023年中国音乐手机与智能手机市场价格指数走势

图表：2022年1月至12月中国手机市场产品均价走势

图表：2022年1-12月中国市场音乐手机与智能手机均价走势对比

图表：2023年音乐手机与智能手机产品均价对比

图表：2023年主流像素手机产品均价对比

图表：2023年中国市场手机品牌产品均价对比

图表：2023年诺基亚受关注产品线及产品数量分布

图表：2023年诺基亚不同像素产品分布对比

图表：2023年诺基亚不同价位区间产品分布对比

图表：2023年索尼爱立信受关注产品线及产品数量分布

图表：2023年索尼爱立信不同像素手机数量分布

图表：2023年索尼爱立信不同价位手机数量分布

图表：2023年摩托罗拉不同像素产品数量分布

图表：2023年摩托罗拉不同价位产品数量分布

图表：2023年三星不同像素产品数量分布

图表：2023年三星不同价位手机数量分布

图表：2022年Q1-Q4四大手机厂商关注比例走势对比

图表：2022年Q1-Q4六大手机厂商关注比例走势对比

图表：2022年Q1-Q4音乐手机与智能手机关注比例走势对比

图表：2022年Q1-Q4不同像素拍照手机关注走势对比

图表：2022年Q1-Q4不同价位区间产品关注比例走势

图表：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：2018-2023年全球手机出货量统计及预测

图表：2023年手机地区出货量比例统计

图表：2023年上半年中国手机主要品牌市场占有率

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：美国广告市场规模增长趋势图

图表：2018-2023年美国互联网广告市场规模及预测

图表：2018-2023年日本主要媒体广告市场规模

图表：日本主要媒体广告市场规模变动情况

图表：2018-2023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：央视广告收入增长情况

图表：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：1979-2023年广东省广告公司广告营业额情况

图表：2023年上海世博(集团)有限公司经营情况

图表：上海世博(集团)有限公司主营业务收入变化趋势

图表：全球各地区广告经营额

图表：全球广告市场规模及增速

图表：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：2018-2023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：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：2018-2023年美国网络广告及广告市场规模

图表：2023年9月主要行业人才需求占总需求比例图

图表：2023年中国大陆主要报刊广告经营额及增长

图表：2023年各类报纸广告经营额同比增长率

图表：2023年各类杂志广告经营额同比增长率

图表：2023年中国报刊主要行业广告经营额同比增长

图表：2018-2023年全国报刊广告刊登额及增长率

图表：2023年1季度报纸杂志广告总量同比变化

图表：2023年1季度主要报刊、杂志广告份额

图表：2023年1季度主要类别报刊广告份额

图表：2023年1季度重点行业广告活跃度

图表：2018-2023年2季度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：1994-2023年中国广播广告收入增长情况

图表：2023年度中国交通广播广告创收排名表(71家会员单位)

图表：2018/2023年同期网络广告市场状况比较

图表：2018/2023年同期网络广告价值估算

图表：2023年各月TOP100广告主市场价值估算



图表：2023年各月TOP100网络媒体市场价值估算

图表：TOP10广告行业类型

图表：广告价值估算TOP10广告主推广项目数和创意数

图表：奥运会三个级别广告主网络投放状况

图表：2023年1-3月中国品牌网络广告投放费用及增长率

图表：2023年1-3月主要网站品牌广告投放费用

图表：2023年第2季度中国互联网广告主要厂商市场份额

图表：2023年1-3月奥运会赞助商网络广告投放费用比例

图表：2018年7月-2023年3月奥运赞助商网络广告投放费用分布

图表：2018-2023年房地产行业网络广告投放情况

图表：2018-2023年汽车行业网络广告投放情况

图表：2000-2023年韩国移动广告的发展

图表：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：和2023年全球移动广告收入构成比较

图表：2023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：2018-2023年google部分财务数据

图表：wpp在2023年前两个月收购情况

图表：2018-2023年互联网广告与传统通广告增长对比

图表：2002-2023年wpp部分财务数据