

2024-2030年全球及中国互联网广告行业竞争策略及投资风险预警报告

| | |
|------|---------------------------------------|
| 产品名称 | 2024-2030年全球及中国互联网广告行业竞争策略及投资风险预警报告 |
| 公司名称 | 鸿晟信合（北京）信息技术研究院有限公司 |
| 价格 | .00/件 |
| 规格参数 | |
| 公司地址 | 北京市朝阳区日坛北路19号楼9层(08)(朝外孵化器0530)（注册地址） |
| 联系电话 | 010-84825791 15910976912 |

产品详情

【内容部分省略，可进入网站搜索标题查看全文】

《对接人员》：【杨清清】

《修订日期》：【2024年4月】

《出版机构》：【智信中科研究网】(推荐360搜索!!!)

《报告格式》：【word文本+电子版+定制光盘】

《服务内容》：【提供数据调研分析+一年更新】

《报告价格》：【纸质版6500元 电子版6800元 纸质+电子版7000元(来电咨询有优惠)】

2024-2030年全球及中国互联网广告行业竞争策略及投资风险预警报告

2023年全球互联网广告市场规模大约为7494亿元（人民币），预计2030年将达到12458亿元，2024-2030期间年复合增长率（CAGR）为7.5%。未来几年，本行业具有很大不确定性，本文的2024-2030年的预测数据是基于过去几年的历史发展、观点、以及本文分析师观点，综合给出的预测。

互联网广告（Internet Advertising）就是通过网络广告平台在网络上投放广告。利用网站上的广告横幅、

文本链接、多媒体的方法，在互联网刊登或发布广告，通过网络传递到互联网用户的一种高科技广告运作方式。与传统的传播媒体广告相比，互联网广告具有得天独厚的优势，是实施现代营销媒体战略的重要组成部分。互联网作为一个全新的广告媒体，日益成为中小企业扩大市场影响力的佳途径。全球互联网广告主要生产商有Interpublic Group、WPP和Omnicom等企业，的企业占全球市场约20%的份额。就产品类型而言，电商类广告是大的细分，占有大约26%的份额，同时就下游来说，食品饮料是大的下游领域，占有28%份额。

本文同时着重分析互联网广告行业竞争格局，包括全球市场主要企业中国本土市场主要企业竞争格局，重点分析全球主要企业近三年互联网广告的收入和市场份额。

此外针对互联网广告行业产品分类、应用、行业政策、行业发展有利因素、不利因素和进入壁垒也做了详细分析。

全球及国内主要企业包括：

WPP

Interpublic Group

Omnicom

蓝色光标集团

PublicisGroupe

利欧数字

Dentsu Inc

Hakuhodo

广东省广告集团股份有限公司

Havas Group (Vivendi)

华扬联众

引力传媒

ADK Holdings Inc. (Bain Capital)

思美传媒

派瑞威行（浙文互联集团）

因赛集团

三人行传媒集团

福石控股

广东广州日报传媒

按照不同产品类型，包括如下几个类别：

电商类广告

社交平台广告

短视频广告

搜索引擎广告

其他

按照不同应用，主要包括如下几个方面：

食品饮料

汽车行业

医疗健康

消费品

旅游

教育

其他

本文包含的主要地区和国家：

北美（美国和加拿大）

欧洲（德国、英国、法国、意大利和其他欧洲国家）

亚太（中国、日本、韩国、中国台湾地区、东南亚、印度等）

拉美（墨西哥和巴西等）

中东及非洲地区

本文正文共9章，各章节主要内容如下：

第1章：报告统计范围、产品细分、下游应用领域，以及行业发展总体概况、有利和不利因素、进入壁垒等；

第2章：全球市场总体规模、中国地区总体规模，包括主要地区互联网广告总体规模及市场份额等；

第3章：行业竞争格局分析，包括全球市场企业互联网广告收入排名及市场份额、中国市场企业互联网广告收入排名和份额等；

第4章：全球市场不同产品类型互联网广告总体规模及份额等；

第5章：全球市场不同应用互联网广告总体规模及份额等；

第6章：行业发展机遇与风险分析；

第7章：行业供应链分析，包括产业链、主要原料供应情况、下游应用情况、行业caigou模式、生产模式、销售模式及销售渠道等；

第8章：全球市场互联网广告主要企业基本情况介绍，包括公司简介、互联网广告产品介绍、互联网广告收入及公司新动态等；

第9章：报告结论。

标题

报告目录

1 互联网广告市场概述

1.1 产品定义及统计范围

1.2 按照不同产品类型，互联网广告主要可以分为如下几个类别

1.2.1 不同产品类型互联网广告增长趋势2019 VS 2023 VS 2030

1.2.2 电商类广告

1.2.3 社交平台广告

1.2.4 短视频广告

1.2.5 搜索引擎广告

1.2.6 其他

1.3 从不同应用，互联网广告主要包括如下几个方面

1.3.1 不同应用互联网广告增长趋势2019 VS 2023 VS 2030

1.3.2 食品饮料

1.3.3 汽车行业

1.3.4 医疗健康

1.3.5 消费品

1.3.6 旅游

1.3.7 教育

1.3.8 其他

1.4 行业发展现状分析

1.4.1 十五五期间互联网广告行业发展总体概况

1.4.2 互联网广告行业发展主要特点

1.4.3 进入行业壁垒

1.4.4 发展趋势及建议

2 行业发展现状及前景预测

2.1 全球互联网广告行业规模及预测分析

2.1.1 全球市场互联网广告总体规模（2019-2030）

2.1.2 中国市场互联网广告总体规模（2019-2030）

2.1.3 中国市场互联网广告总规模占全球比重（2019-2030）

2.2 全球主要地区互联网广告市场规模分析（2019 VS 2023 VS 2030）

2.2.1 北美（美国和加拿大）

2.2.2 欧洲（德国、英国、法国和意大利等国家）

2.2.3 亚太主要国家/地区（中国、日本、韩国、中国台湾、印度和东南亚）

2.2.4 拉美主要国家（墨西哥和巴西等）

2.2.5 中东及非洲地区

3 行业竞争格局

3.1 全球市场竞争格局分析

3.1.1 全球市场主要企业互联网广告收入分析（2019-2024）

3.1.2 互联网广告行业集中度分析：2023年全球Top 5厂商市场份额

3.1.3 全球互联网广告梯队、第二梯队和第三梯队企业及市场份额

3.1.4 全球主要企业总部、互联网广告市场分布及商业化日期

3.1.5 全球主要企业互联网广告产品类型及应用

3.1.6 全球行业并购及投资情况分析

3.2 中国市场竞争格局

3.2.1 中国本土主要企业互联网广告收入分析（2019-2024）

3.2.2 中国市场互联网广告销售情况分析

3.3 互联网广告中guoqi业SWOT分析

4 不同产品类型互联网广告分析

4.1 全球市场不同产品类型互联网广告总体规模

4.1.1 全球市场不同产品类型互联网广告总体规模（2019-2024）

4.1.2 全球市场不同产品类型互联网广告总体规模预测（2024-2030）

4.2 中国市场不同产品类型互联网广告总体规模

4.2.1 中国市场不同产品类型互联网广告总体规模（2019-2024）

4.2.2 中国市场不同产品类型互联网广告总体规模预测（2024-2030）

5 不同应用互联网广告分析

5.1 全球市场不同应用互联网广告总体规模

5.1.1 全球市场不同应用互联网广告总体规模（2019-2024）

5.1.2 全球市场不同应用互联网广告总体规模预测（2024-2030）

5.2 中国市场不同应用互联网广告总体规模

5.2.1 中国市场不同应用互联网广告总体规模（2019-2024）

5.2.2 中国市场不同应用互联网广告总体规模预测（2024-2030）

6 行业发展机遇和风险分析

6.1 互联网广告行业发展机遇及主要驱动因素

6.2 互联网广告行业发展面临的风险

6.3 互联网广告行业政策分析

7 行业供应链分析

7.1 互联网广告行业产业链简介

7.1.1 互联网广告产业链

7.1.2 互联网广告行业供应链分析

7.1.3 互联网广告主要原材料及其供应商

7.1.4 互联网广告行业主要下游客户

7.2 互联网广告行业caigou模式

7.3 互联网广告行业开发/生产模式

7.4 互联网广告行业销售模式

8 全球市场主要互联网广告企业简介

8.1 WPP

8.1.1 WPP基本信息、互联网广告市场分布、总部及行业地位

8.1.2 WPP公司简介及主要业务

8.1.3 WPP 互联网广告产品规格、参数及市场应用

8.1.4 WPP 互联网广告收入及毛利率（2019-2024）

8.1.5 WPP企业新动态

8.2 Interpublic Group

8.2.1 Interpublic Group基本信息、互联网广告市场分布、总部及行业地位

8.2.2 Interpublic Group公司简介及主要业务

8.2.3 Interpublic Group 互联网广告产品规格、参数及市场应用

8.2.4 Interpublic Group 互联网广告收入及毛利率（2019-2024）

8.2.5 Interpublic Group企业新动态

8.3 Omnicom

8.3.1 Omnicom基本信息、互联网广告市场分布、总部及行业地位

8.3.2 Omnicom公司简介及主要业务

8.3.3 Omnicom 互联网广告产品规格、参数及市场应用

8.3.4 Omnicom 互联网广告收入及毛利率（2019-2024）

8.3.5 Omnicom企业新动态

8.4 蓝色光标集团

8.4.1 蓝色光标集团基本信息、互联网广告市场分布、总部及行业地位

8.4.2 蓝色光标集团公司简介及主要业务

8.4.3 蓝色光标集团 互联网广告产品规格、参数及市场应用

8.4.4 蓝色光标集团 互联网广告收入及毛利率（2019-2024）

8.4.5 蓝色光标集团企业新动态

8.5 PublicisGroupe

8.5.1 PublicisGroupe基本信息、互联网广告市场分布、总部及行业地位

8.5.2 PublicisGroupe公司简介及主要业务

8.5.3 PublicisGroupe 互联网广告产品规格、参数及市场应用

8.5.4 PublicisGroupe 互联网广告收入及毛利率（2019-2024）

8.5.5 PublicisGroupe企业新动态

8.6 利欧数字

8.6.1 利欧数字基本信息、互联网广告市场分布、总部及行业地位

8.6.2 利欧数字公司简介及主要业务

8.6.3 利欧数字 互联网广告产品规格、参数及市场应用

8.6.4 利欧数字 互联网广告收入及毛利率（2019-2024）

8.6.5 利欧数字企业新动态

8.7 Dentsu Inc

8.7.1 Dentsu Inc基本信息、互联网广告市场分布、总部及行业地位

8.7.2 Dentsu Inc公司简介及主要业务

8.7.3 Dentsu Inc 互联网广告产品规格、参数及市场应用

8.7.4 Dentsu Inc 互联网广告收入及毛利率（2019-2024）

8.7.5 Dentsu Inc企业新动态

8.8 Hakuholdo

8.8.1 Hakuholdo基本信息、互联网广告市场分布、总部及行业地位

8.8.2 Hakuholdo公司简介及主要业务

8.8.3 Hakuholdo 互联网广告产品规格、参数及市场应用

8.8.4 Hakuholdo 互联网广告收入及毛利率（2019-2024）

8.8.5 Hakuholdo企业新动态

8.9 广东省广告集团股份有限公司

8.9.1 广东省广告集团股份有限公司基本信息、互联网广告市场分布、总部及行业地位

8.9.2 广东省广告集团股份有限公司公司简介及主要业务

8.9.3 广东省广告集团股份有限公司 互联网广告产品规格、参数及市场应用

8.9.4 广东省广告集团股份有限公司 互联网广告收入及毛利率（2019-2024）

8.9.5 广东省广告集团股份有限公司企业新动态

8.10 Havas Group (Vivendi)

8.10.1 Havas Group (Vivendi)基本信息、互联网广告市场分布、总部及行业地位

8.10.2 Havas Group (Vivendi)公司简介及主要业务

8.10.3 Havas Group (Vivendi) 互联网广告产品规格、参数及市场应用

8.10.4 Havas Group (Vivendi) 互联网广告收入及毛利率（2019-2024）

8.10.5 Havas Group (Vivendi)企业新动态

8.11 华扬联众

8.11.1 华扬联众基本信息、互联网广告市场分布、总部及行业地位

8.11.2 华扬联众公司简介及主要业务

8.11.3 华扬联众 互联网广告产品规格、参数及市场应用

8.11.4 华扬联众 互联网广告收入及毛利率 (2019-2024)

8.11.5 华扬联众企业新动态

8.12 引力传媒

8.12.1 引力传媒基本信息、 互联网广告市场分布、 总部及行业地位

8.12.2 引力传媒公司简介及主要业务

8.12.3 引力传媒 互联网广告产品规格、 参数及市场应用

8.12.4 引力传媒 互联网广告收入及毛利率 (2019-2024)

8.12.5 引力传媒企业新动态

8.13 ADK Holdings Inc. (Bain Capital)

8.13.1 ADK Holdings Inc. (Bain Capital)基本信息、 互联网广告市场分布、 总部及行业地位

8.13.2 ADK Holdings Inc. (Bain Capital)公司简介及主要业务

8.13.3 ADK Holdings Inc. (Bain Capital) 互联网广告产品规格、 参数及市场应用

8.13.4 ADK Holdings Inc. (Bain Capital) 互联网广告收入及毛利率 (2019-2024)

8.13.5 ADK Holdings Inc. (Bain Capital)企业新动态

8.14 思美传媒

8.14.1 思美传媒基本信息、 互联网广告市场分布、 总部及行业地位

8.14.2 思美传媒公司简介及主要业务

8.14.3 思美传媒 互联网广告产品规格、 参数及市场应用

8.14.4 思美传媒 互联网广告收入及毛利率 (2019-2024)

8.14.5 思美传媒企业新动态

8.15 派瑞威行 (浙文互联集团)

8.15.1 派瑞威行 (浙文互联集团) 基本信息、 互联网广告市场分布、 总部及行业地位

8.15.2 派瑞威行 (浙文互联集团) 公司简介及主要业务

8.15.3 派瑞威行 (浙文互联集团) 互联网广告产品规格、 参数及市场应用

8.15.4 派瑞威行 (浙文互联集团) 互联网广告收入及毛利率 (2019-2024)

8.15.5 派瑞威行 (浙文互联集团) 企业新动态

8.16 因赛集团

8.16.1 因赛集团基本信息、互联网广告市场分布、总部及行业地位

8.16.2 因赛集团公司简介及主要业务

8.16.3 因赛集团 互联网广告产品规格、参数及市场应用

8.16.4 因赛集团 互联网广告收入及毛利率（2019-2024）

8.16.5 因赛集团企业新动态

8.17 三人行传媒集团

8.17.1 三人行传媒集团基本信息、互联网广告市场分布、总部及行业地位

8.17.2 三人行传媒集团公司简介及主要业务

8.17.3 三人行传媒集团 互联网广告产品规格、参数及市场应用

8.17.4 三人行传媒集团 互联网广告收入及毛利率（2019-2024）

8.17.5 三人行传媒集团企业新动态

8.18 福石控股

8.18.1 福石控股基本信息、互联网广告市场分布、总部及行业地位

8.18.2 福石控股公司简介及主要业务

8.18.3 福石控股 互联网广告产品规格、参数及市场应用

8.18.4 福石控股 互联网广告收入及毛利率（2019-2024）

8.18.5 福石控股企业新动态

8.19 广东广州日报传媒

8.19.1 广东广州日报传媒基本信息、互联网广告市场分布、总部及行业地位

8.19.2 广东广州日报传媒公司简介及主要业务

8.19.3 广东广州日报传媒 互联网广告产品规格、参数及市场应用

8.19.4 广东广州日报传媒 互联网广告收入及毛利率（2019-2024）

8.19.5 广东广州日报传媒企业新动态

9 研究成果及结论

10 研究方法与数据来源

10.1 研究方法

10.2 数据来源

10.2.1 二手信息来源

10.2.2 一手信息来源

10.3 数据交互验证

10.4 免责声明

标题

报告图表

表1 不同产品类型互联网广告全球规模增长趋势2019 VS 2023 VS 2030 (百万美元)

表2 不同应用互联网广告全球规模增长趋势2019 VS 2023 VS 2030 (百万美元)

表3 互联网广告行业发展主要特点

表4 进入互联网广告行业壁垒

表5 互联网广告发展趋势及建议

表6 全球主要地区互联网广告总体规模 (百万美元) : 2019 VS 2023 VS 2030

表7 全球主要地区互联网广告总体规模 (2019-2024) & (百万美元)

表8 全球主要地区互联网广告总体规模 (2024-2030) & (百万美元)

表9 北美互联网广告基本情况分析

表10 欧洲互联网广告基本情况分析

表11 亚太互联网广告基本情况分析

表12 拉美互联网广告基本情况分析

表13 中东及非洲互联网广告基本情况分析

表14 全球市场主要企业互联网广告收入 (2019-2024) & (百万美元)