

# 2024年移动广告行业容量及趋势分析报告

产品名称	2024年移动广告行业容量及趋势分析报告
公司名称	湖南睿略信息咨询有限公司
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	长沙高新开发区麓云路100号兴工科技园一期15栋厂房4层401-1号
联系电话	19911568590 19911568590

## 产品详情

市场综述：

移动广告具有较高的成本效益，移动端互联网，受众群庞大，传播范围广，通过互联网，商家可以使用较低的成本吸引到更多的客户。

移动设备和移动互联网用户的增加，社交媒体的普及以及在移动设备上花费的娱乐时间的延长推动了移动广告市场的增长。此外，大数据和云功能的出现使得移动广告可以根据消费者的喜爱而推荐个性化广告，这进一步促进了移动广告市场的发展。

移动广告是使用无线连接出现在移动设备（如智能手机和平板电脑）上的任何形式的广告。

2023年全球移动广告市场规模为11982.88亿元（人民币），中国移动广告市场规模为x.x亿元。睿略咨询结合行业走势，从移动广告市场格局、上下游产业链结构、市场需求、消费者特征等多方面多角度阐述了全球和中国移动广告市场状况，并在此基础上对移动广告行业的发展前景和走势进行客观分析和预测，预测全球移动广告市场规模在2029年将会达到27730.29亿元，以大约14.29%的CAGR增长。

全球移动广告市场核心企业主要包括Adfonic, Amazon, Amobee, Apple (iAd), Chartboost, Facebook, Flurry, Google, HasOffers, Hunt, InMobi, Millennial Media, Pandora, Tapjoy, The Bottom Line, Twitter, Yahoo, Yelp, YP。报告依次分析了这些核心企业产品特点、产品规格、价格、销量、销售收入及市占率，并对市场竞争优劣势进行评估。

从产品类别来看，移动广告市场划分为其他, 展示广告, 应用内广告, 搜索广告, 游戏内广告。基于下游应用，移动广告主要应用于其他, 卫生保健, 媒体与娱乐, 媒体与娱乐, 电信与IT, 银行与金融服务等领域。报告分析了各类型市场销售量、销售额、价格走势等数据点，并着重分析了最有潜力的种类市场。各应用领域市场规模、需求占比及趋势在报告中也有所呈现。

报告发布机构：湖南睿略信息咨询有限公司

地区分布：

亚太地区将成为世界上增长最快的地区之一。这是因为该地区互联网的普及，移动用户的增加，稳定的电信基础设施的提供以及智能手机市场的扩展。短视频平台的流行，如抖音在中国的流行，这也将有助于市场增长。

睿略咨询发布的移动广告市场调研报告以时间为线索分别对全球与中国移动广告行业市场过去几年的发展概况做了分析和总结，结合历史趋势与发展现状对移动广告行业做出市场发展预测。报告提供了对过去五年移动广告市场趋势、行业现状、市场规模与份额、主要产品及应用规模、主要企业移动广告销量、收入、价格、市场占有率及行业排名等重要见解。报告的主要预测内容包括全球与中国市场、各区域市场、主要产品分类、应用市场移动广告销售量、销售额及增长率。

本报告通过调研全球及中国移动广告行业的市场规模、不同地区的市场规模及份额、不同种类产品的和应用领域的市场规模及份额以及重点企业的营收情况来判定移动广告行业的发展水平和市场竞争格局。同时还对移动广告行业发展的驱动与制约因素、企业的优劣势等做了定性分析，通过图文结合的方法全面的涵盖了移动广告行业的发展概况。

前端企业包括：

Adfonic

Amazon

Amobee

Apple (iAd)

Chartboost

Facebook

Flurry

Google

HasOffers

Hunt

InMobi

Millennial Media

Pandora

Tapjoy

The Bottom Line

Twitter

Yahoo

Yelp

YP

细分类型：

其他

展示广告

应用内广告

搜索广告

游戏内广告

应用领域：

其他

卫生保健

媒体与娱乐

媒体与娱乐

电信与IT

银行与金融服务

移动广告行业报告分析了亚太、北美、欧洲、中东和非洲地区移动广告行业的发展现状。由于地理位置与经济发展程度不同，各区域主要国家发展移动广告行业发展环境也不同，因此本报告首先通过图表展现了各地区移动广告行业市场规模及发展差异，再对各地区的优劣势进行分析。

该报告共包含十二章节，各章节主要内容如下：

第一章：移动广告行业简介、产业链图景、产品种类与应用介绍、全球与中国移动广告市场规模；

第二章：国内外移动广告行业政治、经济、社会、技术环境分析；

第三章：全球及中国移动广告行业发展现状、集中度、进出口情况、以及行业发展痛点与机遇分析；

第四、五章：全球与中国移动广告细分类型销售量、销售额及增长率统计、价格变化趋势及影响因素分析；

第六、七章：全球与中国移动广告行业下游应用领域市场销售量、销售额及增长率统计与影响因素分析；

第八章：全球亚太、北美、欧洲、中东和非洲地区移动广告行业销售量、销售额分析，同时涵盖对中国、日本、韩国、美国、加拿大、墨西哥、德国、英国、法国、意大利、西班牙、俄罗斯、南非、埃及、伊朗等主要国家市场规模的分析；

第九章：全球与中国移动广告行业主要厂商、中国移动广告行业在全球市场的竞争地位、竞争优势分析；

第十章：移动广告行业内重点企业发展分析，包含公司介绍、主要产品与服务、移动广告销售量、销售收入、价格、毛利及毛利率、及竞争优劣势分析；

第十一、十二章：全球与中国移动广告行业、各细分类型与应用、重点区域市场规模趋势预测。

## 目录

### 第一章 移动广告行业发展综述

#### 1.1 移动广告行业简介

##### 1.1.1 行业界定及特征

##### 1.1.2 行业发展概述

##### 1.1.3 移动广告行业产业链图景

#### 1.2 移动广告行业产品种类介绍

#### 1.3 移动广告行业主要应用领域介绍

#### 1.4 2018-2029全球移动广告行业市场规模

#### 1.5 2018-2029中国移动广告行业市场规模

### 第二章 国内外移动广告行业运行环境（PEST）分析

#### 2.1 移动广告行业政治法律环境分析

#### 2.2 移动广告行业经济环境分析

##### 2.2.1 全球宏观经济形势分析

##### 2.2.2 中国宏观经济形势分析

##### 2.2.3 产业宏观经济环境分析

## 2.3 移动广告行业社会环境分析

## 2.4 移动广告行业技术环境分析

# 第三章 全球及中国移动广告行业发展现状

## 3.1 全球移动广告行业发展现状

### 3.1.1 全球移动广告行业发展概况分析

### 3.1.2 2019-2023年全球移动广告行业市场规模

## 3.2 全球移动广告行业集中度分析

## 3.3 xinguan疫情对全球移动广告行业的影响

## 3.4 中国移动广告行业发展现状分析

### 3.4.1 中国移动广告行业发展概况分析

### 3.4.2 中国移动广告行业政策环境

### 3.4.3 xinguan疫情对中国移动广告行业发展的影响

## 3.5 中国移动广告行业市场规模

## 3.6 中国移动广告行业集中度分析

## 3.7 中国移动广告行业进出口分析

## 3.8 移动广告行业发展痛点分析

## 3.9 移动广告行业发展机遇分析

# 第四章 全球移动广告行业细分类型市场分析

## 4.1 全球移动广告行业细分类型市场规模

### 4.1.1 全球其他销售量、销售额及增长率统计

### 4.1.2 全球展示广告销售量、销售额及增长率统计

### 4.1.3 全球应用内广告销售量、销售额及增长率统计

### 4.1.4 全球搜索广告销售量、销售额及增长率统计

### 4.1.5 全球游戏内广告销售量、销售额及增长率统计

## 4.2 全球移动广告行业细分产品市场价格变化

## 4.3 影响全球移动广告行业细分产品价格的因素

## 第五章 中国移动广告行业细分类型市场分析

### 5.1 中国移动广告行业细分类型市场规模

#### 5.1.1 中国其他销售量、销售额及增长率统计

#### 5.1.2 中国展示广告销售量、销售额及增长率统计

#### 5.1.3 中国应用内广告销售量、销售额及增长率统计

#### 5.1.4 中国搜索广告销售量、销售额及增长率统计

#### 5.1.5 中国游戏内广告销售量、销售额及增长率统计

### 5.2 中国移动广告行业细分产品市场价格变化

### 5.3 影响中国移动广告行业细分产品价格的因素

## 第六章 全球移动广告行业下游应用领域市场分析

### 6.1 全球移动广告在各应用领域的市场规模

#### 6.1.1 全球移动广告在其他领域销售量、销售额及增长率统计

#### 6.1.2 全球移动广告在卫生保健领域销售量、销售额及增长率统计

#### 6.1.3 全球移动广告在媒体与娱乐领域销售量、销售额及增长率统计

#### 6.1.4 全球移动广告在媒体与娱乐领域销售量、销售额及增长率统计

#### 6.1.5 全球移动广告在电信与IT领域销售量、销售额及增长率统计

#### 6.1.6 全球移动广告在银行与金融服务领域销售量、销售额及增长率统计

### 6.2 上游行业各因素波动对移动广告行业的影响

### 6.3 各下游应用行业发展对移动广告行业的影响

## 第七章 中国移动广告行业下游应用领域市场分析

### 7.1 中国移动广告在各应用领域的市场规模

#### 7.1.1 中国移动广告在其他领域销售量、销售额及增长率统计

#### 7.1.2 中国移动广告在卫生保健领域销售量、销售额及增长率统计

#### 7.1.3 中国移动广告在媒体与娱乐领域销售量、销售额及增长率统计

#### 7.1.4 中国移动广告在媒体与娱乐领域销售量、销售额及增长率统计

#### 7.1.5 中国移动广告在电信与IT领域销售量、销售额及增长率统计

7.1.6 中国移动广告在银行与金融服务领域销售量、销售额及增长率统计

7.2 上游行业各因素波动对移动广告行业的影响

7.3 各下游应用行业发展对移动广告行业的影响

第八章 全球主要地区及国家移动广告行业发展现状分析

8.1 全球主要地区移动广告行业市场销售量分析

8.2 全球主要地区移动广告行业市场销售额分析

8.3 亚太地区移动广告行业发展态势解析

8.3.1 xinguan疫情对亚太移动广告行业的影响

8.3.2 亚太地区移动广告行业市场规模分析

8.3.3 亚太地区主要国家移动广告行业市场规模统计

8.3.3.1 亚太地区主要国家移动广告行业销售量及销售额

8.3.3.2 中国移动广告行业市场规模分析

8.3.3.3 日本移动广告行业市场规模分析

8.3.3.4 韩国移动广告行业市场规模分析

8.3.3.5 印度移动广告行业市场规模分析

8.3.3.6 澳大利亚和新西兰移动广告行业市场规模分析

8.3.3.7 东盟移动广告行业市场规模分析

8.4 北美地区移动广告行业发展态势解析

8.4.1 xinguan疫情对北美移动广告行业的影响

8.4.2 北美地区移动广告行业市场规模分析

8.4.3 北美地区主要国家移动广告行业市场规模统计

8.4.3.1 北美地区主要国家移动广告行业销售量及销售额

8.4.3.2 美国移动广告行业市场规模分析

8.4.3.3 加拿大移动广告行业市场规模分析

8.4.3.4 墨西哥移动广告行业市场规模分析

8.5 欧洲地区移动广告行业发展态势解析

8.5.1 xinguan疫情对欧洲移动广告行业的影响

8.5.2 欧洲地区移动广告行业市场规模分析

8.5.3 欧洲地区主要国家移动广告行业市场规模统计

8.5.3.1 欧洲地区主要国家移动广告行业销售量及销售额

8.5.3.1 德国移动广告行业市场规模分析

8.5.3.2 英国移动广告行业市场规模分析

8.5.3.3 法国移动广告行业市场规模分析

8.5.3.4 意大利移动广告行业市场规模分析

8.5.3.5 西班牙移动广告行业市场规模分析

8.5.3.6 俄罗斯移动广告行业市场规模分析

8.5.3.7 俄乌战争对俄罗斯移动广告行业发展的影响

8.6 中东和非洲地区移动广告行业发展态势解析

8.6.1 xinguan疫情对中东和非洲地区移动广告行业的影响

8.6.2 中东和非洲地区移动广告行业市场规模分析

8.6.3 中东和非洲地区主要国家移动广告行业市场规模统计

8.6.3.1 中东和非洲地区主要国家移动广告行业销售量及销售额

8.6.3.2 南非移动广告行业市场规模分析

8.6.3.3 埃及移动广告行业市场规模分析

8.6.3.4 伊朗移动广告行业市场规模分析

8.6.3.5 沙特阿拉伯移动广告行业市场规模分析

第九章 全球及中国移动广告行业市场竞争格局分析

9.1 全球移动广告行业主要厂商

9.2 中国移动广告行业主要厂商

9.3 中国移动广告行业在全球竞争格局中的市场地位

9.4 中国移动广告行业竞争优势分析

第十章 全球移动广告行业重点企业分析



## 10.1 Adfonic

### 10.1.1 Adfonic基本信息介绍

### 10.1.2 Adfonic主营产品和服务介绍

### 10.1.3 Adfonic生产经营情况分析

### 10.1.4 Adfonic竞争优劣势分析

## 10.2 Amazon

### 10.2.1 Amazon基本信息介绍

### 10.2.2 Amazon主营产品和服务介绍

### 10.2.3 Amazon生产经营情况分析

### 10.2.4 Amazon竞争优劣势分析

## 10.3 Amobee

### 10.3.1 Amobee基本信息介绍

### 10.3.2 Amobee主营产品和服务介绍

### 10.3.3 Amobee生产经营情况分析

### 10.3.4 Amobee竞争优劣势分析

## 10.4 Apple (iAd)

### 10.4.1 Apple (iAd)基本信息介绍

### 10.4.2 Apple (iAd)主营产品和服务介绍

### 10.4.3 Apple (iAd)生产经营情况分析

### 10.4.4 Apple (iAd)竞争优劣势分析

## 10.5 Chartboost

### 10.5.1 Chartboost基本信息介绍

### 10.5.2 Chartboost主营产品和服务介绍

### 10.5.3 Chartboost生产经营情况分析

### 10.5.4 Chartboost竞争优劣势分析

## 10.6 Facebook

10.6.1 Facebook基本信息介绍

10.6.2 Facebook主营产品和服务介绍

10.6.3 Facebook生产经营情况分析

10.6.4 Facebook竞争优势分析

10.7 Flurry

10.7.1 Flurry基本信息介绍

10.7.2 Flurry主营产品和服务介绍

10.7.3 Flurry生产经营情况分析

10.7.4 Flurry竞争优势分析

10.8 Google

10.8.1 Google基本信息介绍

10.8.2 Google主营产品和服务介绍

10.8.3 Google生产经营情况分析

10.8.4 Google竞争优势分析

10.9 HasOffers

10.9.1 HasOffers基本信息介绍

10.9.2 HasOffers主营产品和服务介绍

10.9.3 HasOffers生产经营情况分析

10.9.4 HasOffers竞争优势分析

10.10 Hunt

10.10.1 Hunt基本信息介绍

10.10.2 Hunt主营产品和服务介绍

10.10.3 Hunt生产经营情况分析

10.10.4 Hunt竞争优势分析

10.11 InMobi

10.11.1 InMobi基本信息介绍

10.11.2 InMobi主营产品和服务介绍

10.11.3 InMobi生产经营情况分析

10.11.4 InMobi竞争优劣势分析

10.12 Millennial Media

10.12.1 Millennial Media基本信息介绍

10.12.2 Millennial Media主营产品和服务介绍

10.12.3 Millennial Media生产经营情况分析

10.12.4 Millennial Media竞争优劣势分析

10.13 Pandora

10.13.1 Pandora基本信息介绍

10.13.2 Pandora主营产品和服务介绍

10.13.3 Pandora生产经营情况分析

10.13.4 Pandora竞争优劣势分析

10.14 Tapjoy

10.14.1 Tapjoy基本信息介绍

10.14.2 Tapjoy主营产品和服务介绍

10.14.3 Tapjoy生产经营情况分析

10.14.4 Tapjoy竞争优劣势分析

10.15 The Bottom Line

10.15.1 The Bottom Line基本信息介绍

10.15.2 The Bottom Line主营产品和服务介绍

10.15.3 The Bottom Line生产经营情况分析

10.15.4 The Bottom Line竞争优劣势分析

10.16 Twitter

10.16.1 Twitter基本信息介绍

10.16.2 Twitter主营产品和服务介绍

10.16.3 Twitter生产经营情况分析

10.16.4 Twitter竞争优劣势分析

10.17 Yahoo

10.17.1 Yahoo基本信息介绍

10.17.2 Yahoo主营产品和服务介绍

10.17.3 Yahoo生产经营情况分析

10.17.4 Yahoo竞争优劣势分析

10.18 Yelp

10.18.1 Yelp基本信息介绍

10.18.2 Yelp主营产品和服务介绍

10.18.3 Yelp生产经营情况分析

10.18.4 Yelp竞争优劣势分析

10.19 YP

10.19.1 YP基本信息介绍

10.19.2 YP主营产品和服务介绍

10.19.3 YP生产经营情况分析

10.19.4 YP竞争优劣势分析

第十一章 当前国际形势下全球移动广告行业市场发展预测

11.1 全球移动广告行业市场规模预测

11.1.1 全球移动广告行业销售量、销售额及增长率预测

11.2 全球移动广告细分类型市场规模预测

11.2.1 全球移动广告行业细分类型销售量预测

11.2.2 全球移动广告行业细分类型销售额预测

11.2.3 2024-2030年全球移动广告行业各产品价格预测

11.3 全球移动广告在各应用领域市场规模预测

11.3.1 全球移动广告在各应用领域销售量预测

11.3.2 全球移动广告在各应用领域销售额预测

11.4 全球重点区域移动广告行业发展趋势

11.4.1 全球重点区域移动广告行业销售量预测

11.4.2 全球重点区域移动广告行业销售额预测

第十二章 “十四五”规划下中国移动广告行业市场发展预测

12.1 “十四五”规划移动广告行业相关政策

12.2 中国移动广告行业市场规模预测

12.3 中国移动广告细分类型市场规模预测

12.3.1 中国移动广告行业细分类型销售量预测

12.3.2 中国移动广告行业细分类型销售额预测

12.3.3 2024-2030年中国移动广告行业各产品价格预测

12.4 中国移动广告在各应用领域市场规模预测

12.4.1 中国移动广告在各应用领域销售量预测

12.4.2 中国移动广告在各应用领域销售额预测

移动广告行业调研报告涵盖了真实、详尽且quanwei的各类市场容量数据，且包含基于客观数据的统计分析，对移动广告行业未来发展趋势作出预测，帮助目标企业精准切入市场热点，追踪移动广告市场最新行业利好政策、制定正确的发展战略。

报告编码：1427864