

2023版中国互联网广告市场调研与 发展前景预测报告

中国产业调研网

www.cir.cn

一、基本信息

报告名称： 2023版中国互联网广告市场调研与发展前景预测报告

报告编号： 1A11306 ← 咨询订购时，请说明该编号

报告价格： 电子版：8500 元 纸质+电子版：8800 元

优惠价格： 电子版：7650 元 纸质+电子版：7950 元 可提供增值税专用发票

咨询热线： 400 612 8668、010-66181099、66182099、010-66183099

电子邮箱： kf@Cir.cn

详细内容： <https://www.cir.cn/6/30/HuLianWangGuangGaoDiaoChaYanJiuBaoGao.html>

提示信息： 如需订阅英文、日文等其它语言版本，请向客服咨询。

二、内容介绍

互联网广告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。

与传统的四大传播媒体（报纸、杂志、电视、广播）广告及备受垂青的户外广告相比，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一部分。Internet是***个全新的广告媒体，速度最快效果很理想，是中小企业扩展壮大的很好途径，对于广泛开展国际业务的公司更是如此。

年月**日，国家工商行政管理总局、中宣部、国家互联网信息办、工业和信息化部、国家卫计委、国家新闻出版广电总局、国家食品药品监管总局、国家中医药局召开电视电话会议，决定从**月**日至**月**日联合开展整治互联网重点领域广告专项行动。

第一章 国内外互联网产业分析

第一节 世界互联网产业状况

- 一、世界互联网发展史
- 二、互联网发展体系架构解析
- 三、全球范围互联网使用率概况

第二节 世界各地互联网产业状况

- 一、美国的互联网创新发展趋势分析
- 二、欧洲部分国家互联网的发展状况
- 三、韩国互联网产业及政策透析
- 四、日本移动互联网发展状况

第三节 中国互联网产业发展概况

- 一、互联网快速融入渗透中国经济社会

- 二、2023年中国互联网产业发展分析
- 三、中国式创新催生互联网产业新格局
- 四、中国互联网行业走上盈利道路

第四节 中国互联网产业问题对策分析

- 一、互联网行业的大危机解析
- 二、制约中国互联网业发展的几大因素
- 三、中国互联网发展过程中存在的问题及对策
- 四、无线互联网监管问题解析

第五节 中国互联网产业发展前景趋势分析

- 一、中国互联网发展的趋势展望
- 二、中国互联网产业发展趋势分析
- 三、中国互联网行业发展预测

第二章 世界互联网广告市场分析

第一节 世界网络广告市场发展状况分析

- 一、全球网络广告市场发展火热
- 二、全球网络广告开销增长迅速
- 三、全球网络广告支出概况
- 四、全球网络广告市场动态透析
- 五、全球互联网广告市场规模
- 六、全球互联网广告将超广播广告

第二节 美国网络广告市场分析

- 一、美国七种网络广告的研究发展
- 二、2023年美国互联网广告收入分析
- 三、美国在线广告收入同比增长情况
- 四、美国网络广告规模2022年超报纸
- 五、美国报纸网站广告增长速度下降
- 六、美国网络广告市场巨头垄断

第三节 欧洲网络广告市场分析

- 一、欧洲在线广告面临发展机遇
- 二、欧洲网络广告发展展望
- 三、英国互联网广告超过报纸广告
- 四、法国网络广告市场发展迅速

第四节 日本网络广告市场状况

- 一、日本网络广告增长迅速
- 二、日本互联网广告营收状况
- 三、日本网络广告市场预测

第五节 韩国网络广告发展状况

- 一、韩国网络广告收入变化过程
- 二、韩国网络广告发力
- 三、韩国在线广告市场增长迅速
- 四、韩国互联网广告市场发展预测

第三章 中国互联网广告行业综合分析

第一节 中国互联网广告市场发展综合分析

- 一、互联网广告价值解析
- 二、网络广告的发展是时代的选择
- 三、中国网络广告收入增长步入快车道
- 四、中国网络广告市场发展特点
- 五、网络广告是门户网站主要收入来源
- 六、网络广告市场发展趋于理性

第二节 2017-2022年中国互联网广告市场分析

- 一、2023年网络广告投放行业全面透析
- 二、2023年中国互联网网络广告市场营收状况
- 三、2023年中国互联网广告市场分析

第三节 中国网络广告市场价格及盈利分析

- 一、中国网络广告价格偏低
- 二、网络广告的各种计价方式浅析
- 三、中国网络媒体广告定价方式当优化发展
- 四、互联网广告盈利模式需创新
- 五、“看广告利润分成”赢利模式析

第四节 中国网络广告的精确营销分析

- 一、精准营销对网站的广告价值的影响
- 二、互联网精准营销时代来临
- 三、精准营销的核心因素分析
- 四、精准广告重新定义营销算术
- 五、精确投放是广告业的发展方向
- 六、定向广告市场总价值预测

第五节 互联网广告市场存在问题

- 一、互联网广告期待结束“霸王时代”
- 二、数字媒体营销出现长尾效应
- 三、中国网络广告业点击欺诈状况及案例分析
- 四、网络广告市场专业评测发展不充分

第六节 互联网广告市场发展策略分析

- 一、网络广告迅猛增长在于内涵的拓展
- 二、国内网络广告的几个发展方向分析
- 三、网络广告形式需创新
- 四、中国网络广告行业需要技术支撑

第四章 视频广告

第一节 富媒体产业

- 一、富媒体广告的历史及发展形式
- 二、富媒体广告的产业价值分析
- 三、2017-2022年中国富媒体广告营收状况
- 四、富媒体面临发展机遇

第二节 视频广告市场发展分析

- 一、视频网络有望跻身主流媒体
- 二、2023年各路资本涌入网络视频
- 三、网络视频广告的发展应用
- 四、网络视频广告机会的新拐点
- 五、中国门户网站迈入视频时代
- 六、视频广告发展存在问题分析
- 七、网络视频广告发展意义深远
- 八、网络视频前景无限

第三节 视频广告市场进入者分析

- 一、国内外投资者抢滩网络视频市场
- 二、国内主要视频网站及其优势
- 三、视频网站展开激烈广告竞争
- 四、新浪联合电信共推视频广告
- 五、土豆网获风投欲搭建在线视频广告平台
- 六、google图谋视频市场打造视频广告模式

第四节 视频广告问题对策分析

- 一、网络视频广告发展阻碍因素分析
- 二、在线视频广告技术尚不成熟
- 三、网络视频广告大发展尚需时日
- 四、视频广告媒体化才有生机
- 五、视频网站遭遇盈利难题
- 六、视频广告盈利思路分析

第五章 搜索广告

第一节 世界搜索广告市场状况

- 一、全球搜索广告市场潜力巨大
- 二、全球搜索广告市场发展预测
- 三、搜索广告将成网络广告主流模式
- 四、搜索广告市场将持续增长
- 五、搜索广告占美网络广告市场主流

第二节 中国搜索广告市场综述

- 一、互联网时代的搜索广告新机遇
- 二、搜索广告的“极限”与“转折点”之辩
- 三、搜索广告的两模式对比分析
- 四、搜索引擎广告与植入式广告的差异分析
- 五、2023年搜索引擎市场

第三节 几大搜索重点公司搜索广告业务发展状况

- 一、百度搜索广告领军行业发展
- 二、雅虎、google、百度关键字广告发展对比
- 三、搜索广告成为雅虎的致命缺陷
- 四、雅虎的新搜索广告平台模式
- 五、搜索广告重要性下滑将冲击谷歌

第四节 搜索广告面临的问题对策

- 一、搜索广告欺诈祸及整体市场
- 二、搜索广告的“点击”困境及发展思路
- 三、搜索广告成本的有效控制思路

第五节 中国搜索引擎用户行为

- 一、搜索引擎用户规模与结构特征
- 二、搜索用户的搜索品牌使用行为
- 三、各主要搜索品牌用户结构分析
- 四、搜索引擎首选市场份额的获得与流失
- 五、搜索用户搜索广告排名认知情况
- 六、中国搜索引擎发展趋势预测

第六章 其它互联网广告运营模式发展分析

第一节 网络分类广告市场状况

- 一、中国互联网广告分类信息市场分析
- 二、网络分类广告成为风投新方向
- 三、互联网分类广告格局压迫传统分类广告市场
- 四、中国网络分类广告发展展望
- 五、中国网上分类信息广告市场趋势及发展

第二节 窄告

- 一、网络窄告的产生背景、特征
- 二、网络窄告与网络广告的比较优势
- 三、网络窄告引发网络营销革命
- 四、窄告的精准营销面临机遇
- 五、窄告的发展是大势所趋
- 六、网络窄告的前景预测

第三节 博客广告

- 一、博客成互联网获利新渠道
- 二、博客广告正开拓新战场
- 三、博客广告盈利模式尚需探讨
- 四、博客广告的广告效果需评估
- 五、博客广告市场价值巨大
- 六、博啦网推出博客体验式广告

第七章 中国互联网广告行业竞争状况分析

第一节 互联网广告与传统媒体广告的竞争

- 一、网络广告与传统广告的对比优势
- 二、网络广告抢食传统广告市场
- 三、网络广告商之间加速洗牌
- 四、互联网广告市场有望超越报纸广告
- 五、互联网广告市场份额超过户外广告

第二节 互联网广告市场竞争现状

- 一、中国网络广告市场竞争一触即发
- 二、网络广告市场竞争格局分析
- 三、济研：网络广告市场进入竞争“战国时代”
- 四、it巨头在网络广告市场“攻城掠地”
- 五、网络广告市场竞争激烈广告主日益理智

第三节 it巨头互联网广告业务的竞争状况

- 一、微软、google、雅虎的网络广告大战
- 二、雅虎与google酣战移动平台
- 三、谷歌微软的网络广告市场遭遇战
- 四、中国版网络广告竞争状况

第四节 互联网广告企业之间的奥运广告竞争

- 一、中国奥运引领世界网络广告增长热点
- 二、互联网的2450亿奥运广告之战
- 三、奥运会带来网络广告繁荣期
- 四、奥运赞助商广告经营权之争

- 五、中国互联网公司抢夺奥运蛋糕
- 六、新浪与搜狐的奥运广告竞争白热化

第八章 中国主要网络广告公司分析

第一节 好耶

- 一、公司简介
- 二、好耶企业优势分析
- 三、好耶业务经营及分布
- 四、好耶的智易营销连锁营销模式
- 五、好耶ad forward广告管理系统
- 六、分众传媒收购好耶

第二节 北京华扬联众广告公司

- 一、公司简介
- 二、wpp集团收购华扬联众
- 三、华扬联众业务经营状况
- 四、华扬联众与分众的竞争分析

第三节 麒润

- 一、公司简介
- 二、麒润广告联盟
- 三、麒润优势及发展状况
- 四、麒润科技的“一网天下”网络广告业务系统支持平台

第四节 热点

- 一、热点简介
- 二、热点广告以创新求发展
- 三、网络广告服务“热点模式”解析

第九章 2023-2029年互联网广告投资及前景预测

第一节 互联网广告投资机会及风险分析

- 一、中国互联网拥有巨大的资本机遇
- 二、网络广告公司资本运作频繁凸显行业价值
- 三、流量之争引发网络广告市场风险思考
- 四、网络广告市场风险分析

第二节 中-智-林- 互联网广告投资前景分析

- 一、互联网广告前景明朗
- 二、中国互联网广告面临机遇与挑战
- 三、中国网络广告业发展趋势分析
- 四、2023-2029年中国网络广告市场规模预测

图表目录

- 图表 1: 2023年世界各大洲互联网普及率
- 图表 2: 2017-2022年中国网民数量和网购用户数量 单位: 亿人
- 图表 3: 2017-2022年全球网络广告支出规模 单位: 亿美元
- 图表 4: 2017-2022年全球网络广告市场规模 单位: 亿美元
- 图表 5: 2017-2022年美国网络广告市场收入规模分析 单位: 亿美元
- 图表 6: 2017-2022年美国在线广告收入及增长率分析 单位: 亿美元
- 图表 7: 2023年美国各种广告媒体增长情况
- 图表 8: 2017-2022年法国网络广告市场规模 单位: 亿美元
- 图表 9: 2017-2022年日本网络广告市场规模 单位: 亿元
- 图表 10: 2023-2029年日本网络广告市场规模预测 单位: 亿元
- 图表 11: 2017-2022年我国网络广告市场门户网站广告规模 单位: 亿元
- 图表 12: 2023年热门行业品牌网络广告投放费用数据估算
- 图表 13: 2023年热门行业品牌网络广告投放媒体费用数据估算
- 图表 14: 2017-2022年我国网络广告市场规模 单位: 亿元
- 图表 15: 2017-2022年互联网广告运营商市场结构
- 图表 16: 2017-2022年我国富媒体广告规模统计 单位: 亿元
- 图表 17: 2023年国内网络视频投资动向
- 图表 18: 2023-2029年全球搜索引擎广告规模预测 单位: 亿元
- 图表 19: 2017-2022年全球搜索引擎广告规模统计 单位: 亿美元
- 图表 20: 搜索广告模式优劣对比
- 图表 21: 2017-2022年我国搜索引擎广告规模统计 单位: 亿元
- 图表 22: 国内主要搜索品牌用户结构分析
- 图表 23: 2023-2029年我国搜索引擎广告规模预测 单位: 亿元
- 图表 24: 国内主要分类网站在资源、渠道等方面的状况 (o为有, x为无)
- 图表 25: 博客盈利模式对比
- 图表 26: 2017-2022年我国互联网与报纸广告规模统计 单位: 亿元
- 图表 27: 2017-2022年我国互联网与户外广告规模统计 单位: 亿元
- 图表 28: 2023-2029年我国网络广告规模预测 单位: 亿元
- 略……

订阅“2023版中国互联网广告市场调研与发展前景预测报告”，编号：1A11306，
请致电：400 612 8668、010-6618 1099、010-66182099、010-66183099
Email邮箱：kf@Cir.cn

详细内容：<https://www.cir.cn/6/30/HuLianWangGuangGaoDiaoChaYanJiuBaoGao.html>

了解更多，请访问上述链接，以下无内容！！