

# 2016-2022年中国互联网广告 市场调查与市场年度调研报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

[www.abaogao.com](http://www.abaogao.com)

## 一、报告报价

《2016-2022年中国互联网广告市场调查与市场年度调研报告》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.abaogao.com/b/hulianwang/883827VS1E.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

智研数据研究中心

订购电话： 400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真： 010-60343813

Email： sales@abaogao.com

联系人： 刘老师 谭老师 陈老师

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。

## 二、说明、目录、图表目录

随着国内经济的发展，互联网广告市场发展面临巨大机遇和挑战。在市场竞争方面，互联网广告企业数量越来越多，市场正面临着供给与需求的不对称，互联网广告行业有进一步洗牌的强烈要求，但是在一些互联网广告细分市场仍有较大的发展空间，信息化技术将成为核心竞争力。

智研数据研究中心发布的《2016-2022年中国互联网广告市场调查与市场年度调研报告》。内容严谨、数据翔实，更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。

智研数据研究中心是国内权威的市场调查、行业分析专家，主要服务有市场调查报告，行业分析报告，投资发展报告，市场研究报告,市场分析报告,行业研究报告,行业调查报告,投资咨询报告,投资情报，免费报告,行业咨询,数据等，是中国知名的研究报告提供商。

报告目录：

第一部分 互联网广告市场情况分析	
第一章 中国互联网广告市场环境分析 1	
第一节 经济发展环境分析 1	
一、2015年我国宏观经济运行情况 1	
二、2016年我国宏观经济形势分析 25	
第二节 政策法规环境分析 33	
一、相关政治环境分析 33	
二、产业相关法律问题分析 35	
第三节 社会文化环境分析 42	
一、我国互联网市场概况 42	
二、2012-2015年我国网民规模 45	
三、我国网民网络应用行为分析 52	
第二章 中国互联网广告市场现状分析 66	

## 第一节 2013-2015年中国互联网广告市场规模分析 66

### 一、2013年中国互联网广告市场规模分析 66

### 二、2014年中国互联网广告市场规模分析 68

### 三、2015年中国互联网广告市场规模分析 71

## 第二节 2013-2015年中国互联网广告竞争格局分析 72

### 一、2013年中国互联网广告竞争格局分析 72

### 二、2014年中国互联网广告竞争格局分析 73

### 三、2015年中国互联网广告竞争格局分析 75

## 第三节 2013-2015年中国互联网广告细分市场分析 75

### 一、2013年中国互联网广告细分市场分析 75

### 二、2014年中国互联网广告细分市场分析 80

### 三、2015年中国互联网广告细分市场分析 81

## 第二部分 互联网广告行业发展现状

### 第三章 中国互联网广告媒体分析 83

#### 第一节 综合门户网站分析 83

##### 一、新浪 83

##### 二、搜狐 92

##### 三、网易 106

##### 四、腾讯 113

#### 第二节 搜索引擎运营商分析 129

##### 一、百度 129

##### 二、谷歌中国 141

#### 第三节 垂直网站分析 148

##### 一、财经垂直网站 150

##### 二、汽车垂直网站 154

##### 三、IT垂直网站 163

##### 四、房地产垂直网站 166

### 第四章 中国网络广告受众及投放分析 168

#### 第一节 网络广告的投放原因及特点 168

##### 一、投放网络广告的原因 168

二、网络广告在广告媒体中的地位 169

三、网络广告接受度情况分析 171

四、制约网络广告发展的因素 172

第二节 网络广告受众分析 177

一、受众接触网络广告的黄金时间 177

二、网络受众对广告接受过程分析 177

三、受众的心理分析 180

四、应对策略分析 181

第三节 影响网络广告投放的要素分析 183

一、影响网络广告效果的因素分析 183

二、影响网络广告投放策划的因素分析 184

第五章 中国互联网广告公司分析 188

第一节 中国互联网广告公司竞争分析 188

一、互联网广告与传统媒体广告的竞争 188

二、中国互联网广告公司竞争特点分析 192

三、2015年中国互联网广告公司竞争形势分析 192

第二节 厂商分析 198

一、好耶 198

二、华扬联众 203

三、腾信互动 206

第六章 中国互联网广告市场广告主分析 209

第一节 中国互联网细分广告主分析 209

一、汽车行业 209

二、房地产行业 211

三、3C行业 211

四、金融行业 214

五、消费品 216

六、互联网产品/服务 219

七、通讯行业 220

第二节 2015年中国互联网广告市场广告主行为分析 222

- 一、2015年广告主营销意识变化分析 222
- 二、2015年整合营销方式变化分析 223
- 三、2015年广告主跨媒体营销网络选择分析 223
- 四、2015年网络营销最热关键词分析 224
- 五、2015年中国网络媒体面临的挑战 225
- 六、2015年中国网络媒体面临的机遇 226

### 第三部分 互联网广告行业投资与发展现状

#### 第七章 网络广告行业投资现状分析 227

##### 第一节 2014年网络广告行业投资情况分析 227

- 一、2014年中外网络广告行业投资比较分析 227
- 二、2014年美国网络广告行业投资要点分析 230
- 三、2014年网络广告行业投资特点分析 231

##### 第二节 2015年网络广告行业投资情况分析 234

- 一、2015年网络广告行业投资形势分析 234
- 二、2015年网络广告市场格局发展分析 235
- 三、2015年网络广告投资动态分析 239

#### 第八章 中国互联网广告市场趋势预测 241

##### 第一节 2016-2022年国际网络广告市场预测 241

- 一、全球媒体消费趋势分析 241
- 二、2016-2022年全球网络广告市场规模预测 243

##### 第二节 中国网络广告市场前景分析 244

- 一、中国网络广告市场发展前景 244
- 二、中国网络广告市场潜力分析 244
- 三、中国网络广告发展趋势分析 244
- 四、中国网络广告产业链趋势分析 246

##### 第三节 2016-2022年国内网络广告市场预测 248

- 一、2016年国内网络广告市场发展前景 248
- 二、2016-2022年国内网络广告市场规模预测 249
- 三、2016-2022年国内网络广告媒体结构前景 250

##### 第四节 2016-2022年中国经济形势预测 251

- 一、2016-2022年中国经济影响因素 251
- 二、2016-2022年中国宏观经济形势 255
- 三、2016-2022年中国宏观经济特点 258
- 四、2016-2022年中国经济面临问题 259
- 五、2016-2022年中国经济前景预测 261
- 第五节 2016-2022年中国经济走向预测 261
  - 一、2016-2022年中国经济增长预测 261
  - 二、2016-2022年中国出口趋势预测 270
  - 三、2016-2022年中国投资趋势预测 271
  - 四、2016-2022年中国消费趋势预测 277
  - 五、2016-2022年中国经济风险预测 288

## 第九章 互联网广告企业发展战略分析 294

### 第一节 互联网广告企业经营发展分析及建议 294

- 一、技术开发战略 294
- 二、产业战略规划 297
- 三、业务组合战略 299
- 四、营销战略规划 302
- 五、区域战略规划 304
- 六、企业信息化战略规划 313

### 第二节 对我国互联网广告品牌的战略思考 315

- 一、品牌的基本含义 315
- 二、品牌战略在企业发展中的重要性 316
- 三、互联网广告品牌的特性和作用 317
- 四、互联网广告品牌的价值战略 317
- 五、我国互联网广告品牌竞争趋势 318
- 六、互联网广告企业品牌发展战略 318
- 七、互联网广告行业品牌竞争策略 320

### 第三节 提高互联网广告企业竞争力的策略 321

- 一、提高中国互联网广告企业核心竞争力的对策 321
- 二、影响中国互联网广告企业核心竞争力的因素及提升途径 325
- 三、提高中国互联网广告企业竞争力的策略 326

#### 第四节 网络广告行业投资战略研究 329

##### 一、投资网络广告的目标分析 329

##### 二、网络广告的投资回报率分析 330

##### 三、网络利基营销策略分析 332

#### 图表目录：

图表：2005-2012年国内生产总值 1

图表：2011-2015年居民消费价格涨跌幅度 2

图表：2015年居民消费价格比上年涨跌幅度 2

图表：2011-2015年年末国家外汇储备 3

图表：2011-2015年财政收入 3

图表：2011-2015年粮食产量 4

图表：2011-2015年工业增加值 5

图表：2015年主要工业产品产量及其增长速度 6

图表：2015年规模以上工业企业实现利润及其增长速度 7

图表：2011-2015年建筑业增加值 7

图表：2011-2015年全社会固定资产投资 8

图表：2015年分行业城镇固定资产投资及其增长速度 8

图表：2015年固定资产投资新增主要生产能力 9

图表：2015年房地产开发和销售主要指标完成情况 9

图表：2011-2015年社会消费品零售总额 11

图表：2015年货物进出口总额及其增长速度 11

图表：2015年主要商品出口数量、金额及其增长速度 12

图表：2015年主要商品进口数量、金额及其增长速度 13

图表：2015年对主要国家和地区货物进出口额及其增长速度 13

图表：2011-2015年货物进出口总额 14

图表：2015年分行业外商直接投资及其增长速度 14

图表：2015年各种运输方式完成货物运输量及其增长速度 15

图表：2015年各种运输方式完成旅客运输量及其增长速度 16

图表：2011-2015年年末电话用户数 17

图表：2015年全部金融机构本外币存贷款及其增长速度 18

图表：2011-2015年城乡居民人民币储蓄存款余额 18

图表：2011-2015年普通高等教育、中等职业教育及普通高中招生人数 19

图表：2015年人口数及其构成 21

图表：2011-2015年农村居民人均纯收入 22

图表：2011-2015年城镇居民人均纯收入 22

图表：2012-2015年我国消费者物价指数走势图 26

图表：2012-2015年我国生产者物价指数走势图 27

图表：2012-2015年我国GDP走势增长图 27

图表：2012-2015年中国网民规模与普及率 42

图表：2012-2015年我国手机上网网民规模对比 43

图表：2012-2015年各类网络应用使用率及增长率 44

图表：手机网民网络应用 45

图表：2012-2015年中国宽带网民规模 47

图表：2011-2015年手机网民半年净增用户数对比 48

图表：2012-2015年网民性别结构对比 48

图表：2012-2015年网民年龄结构对比 49

图表：2012-2015年网民学历结构对比 49

图表：2012-2015年网民职业结构对比 50

图表：2012-2015年网民个人月收入结构对比 51

图表：2012-2015年网民城乡结构对比 52

图表：2012-2015年网民网络应用行为统计 53

图表：2012-2015年国内搜索引擎使用率统计 54

图表：2012-2015年国内网络新闻使用率统计 55

图表：2012-2015年国内网络购物使用率统计 56

图表：2012-2015年国内网络支付使用率统计 57

图表：2012-2015年国内旅行预订使用率统计 58

图表：2012-2015年国内即时通信使用率统计 59

图表：即时通信用户使用工具比例统计 59

图表：2012-2015年国内博客使用率统计 60

图表：2012-2015年国内社交网站使用率统计 61

图表：2012-2015年国内网络游戏使用率统计 62

图表：2012-2015年国内网络文学使用率统计 63

图表：网络文学用户使用工具比例统计 63

图表：2012-2015年国内网络视频使用率统计 64

图表：网络安全形势统计（1） 65

图表：网络安全形势统计（2） 65

图表：2012-2015年中国网络广告运营商市场规模 66

图表：2012-2015年中国网络广告运营商市场结构 67

图表：2012-2015年中国网络广告主数量及ARPU情况 67

图表：2012-2015年中国广告投放情况趋势 68

图表：2012-2015年中国网络广告市场规模 69

图表：2015年中国GDP企业景气指数及品牌网络广告主数量变化趋势 70

图表：2012-2015年中国广告位广告运营商市场规模 78

图表：2012-2015年关键字广告及广告位广告同比增长情况 79

图表：2012-2015年中国搜索引擎运营商市场规模 79

图表：2012-2015年中国网络零售交易额 80

图表：2015年中国主要形式网络广告市场份额比较 81

图表：2012-2015年新浪网络营销收入 84

图表：2012-2015年搜狐网络营销收入 94

图表：2012-2015年搜狐营销收入结构 94

图表：2012-2015年搜狐品牌广告收入 95

图表：2012-2015年搜狐收入情况 97

图表：2012-2015年搜狐品牌广告收入变化情况 98

图表：2012-2015年搜狐搜索广告收入变化情况 99

图表：2012-2015年搜狐在线游戏收入变化情况 100

图表：2012-2015年网易网络广告收入 107

图表：2012-2015年腾讯网络广告收入 114

图表：2015年腾讯回购股票总结 115

图表：2012-2015年腾讯互联网增值业务增长走势 117

图表：2012-2015年腾讯互联网营业收入增长走势 118

图表：2012-2015年腾讯互联网SP业务增长走势 118

图表：2012-2015年腾讯互联网广告业务增长走势 119

图表：2012-2015年腾讯互联网增值增长走势 120

图表：2012-2015年腾讯互联网总收入增长走势 120

图表：2012-2015年腾讯互联网运营利润增长走势 121

图表：2012-2015年百度网络营销收入 130

图表：2012-2015年百度广告主数量及ARPU值 130

图表：2015年百度广告主排名TOP5 130

图表：2012-2015年百度TAC情况 131

图表：2015年百度营收环比增长走势 138

图表：2015年百度广告业务增长走势 138

图表：2015年百度毛利增长走势 139

图表：2015年百度费用增长走势 139

图表：2015年百度研发支出增长走势 140

图表：2015年百度营销及管理支出增长走势 140

图表：2015年百度运营利润增长走势 141

图表：2012-2015年谷歌中国收入 142

图表：2012-2015年谷歌中国广告主数量及ARPU值情况 143

图表：谷歌搜索联盟形式 143

图表：2015年中国财经类垂直网站广告主行业构成 152

图表：2014年垂直财经网站日均覆盖人数排名 152

图表：2014年垂直财经网站有效浏览时间排名 153

图表：2015年垂直财经网站日均覆盖人数排名 153

图表：2015年垂直财经网站有效浏览时间排名 154

图表：中国汽车垂直网站与汽车产业链关系图 154

图表：中国垂直网站业务类型 155

图表：2012-2015年中国汽车垂直网站每月高峰时期独立访问者数量趋势 157

图表：2012-2015年中国汽车行业在线广告投放趋势 158

图表：2015年汽车网站排名TOP10 158

图表：2012-2015年汽车网站TOP5日均覆盖人数 161

图表：2015年TOP5门户网站汽车资讯服务与TOP5汽车垂直网站汽车资讯服务月度覆盖人数趋势 161

图表：2012-2015年易车网月度浏览时间趋势 162

图表：2015年易车网人均单页浏览时间变化趋势 162

图表：2015年各类别网站交通类广告投放费用占比 163

图表：2015年中国IT垂直网站广告市场份额 164

图表：2015年垂直IT网站日均覆盖人数排名 164

图表：2015年垂直IT网站有效浏览时间排名 165

图表：2015年垂直IT网站有效浏览时间排名 166

图表：2015年中国房地产垂直网站广告市场份额 167

图表：2012-2015年房地产行业网络广告投放费用媒体类型分布 167

图表：2015年互联网广告公司排名TOP20 192

图表：2015年品牌广告网络月度平均可覆盖UV 194

图表：2015年品牌广告网络5家典型运营商季度广告投放量PV 194

图表：2012-2015年好耶收入情况 199

图表：好耶SWOT分析 199

图表：华扬联众SWOT分析 204

图表：2011-2015年腾信互动收入情况 206

图表：腾信互动SWOT分析 207

图表：中国IT行业细分广告主结构 212

图表：首届“光大杯”理财师大赛营销方案 215

图表：首届“光大杯”理财师大赛选手参与情况 216

图表：活动视频点击及征集表 218

图表：2015年中国广告主营销意识的变化 222

图表：2015年中国广告主对整合营销各表现层面的评价 223

图表：2015年中国广告主跨媒体营销中的网络媒体选择 224

图表：2015年中国网络营销最热关键词 225

图表：2015年中国网络媒体面临的挑战 226

图表：2015年中国网络媒体面临的机遇 226

图表：区域发展战略咨询流程图 310

图表：区域SWOT战略分析图 312

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/hulianwang/883827VS1E.html>