

# 2010-2015年中国手机广告 产业深度调研与战略投资咨询报告

## 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

《2010-2015年中国手机广告产业深度调研与战略投资咨询报告》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/shouji/U6271984JS.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

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

2010-2015年中国手机广告产业深度调研与战略投资咨询报告 内容介绍：

### 第一篇 手机广告基本概述篇

#### 第一章 手机广告行业发展概述

##### 第一节 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 2009-2010年世界广告市场需求分析

##### 一、世界手机广告市场需求量分析

##### 二、2009年世界手机广告策划分析

##### 三、2009年国外企业进军中国市场发展趋势分析

#### 第四章 2009-2010年中国广告市场竞争动态分析

##### 四、中国广告产业外资影响分析

##### 第四节 2009-2010年中国广告发展历程

###### 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 2009-2010年中国手机广告发展分析

###### 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、2009-2010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、2009-2010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、2009-2010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、2009-2010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、2009-2010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、2009-2010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、2009-2010年搜索类广告发展分析

#### 第二篇手机广告行业竞争篇

## 第九章2009-2010年中国手机广告区域发展分析

### 二、2009-2010年中国移动手机广告业务发展分析

### 三、2009-2010年中国联通手机广告业务发展分析

## 第三篇 手机广告前景预测与投资篇

## 第十二章 2010-2015年中国手机广告发展趋势分析

## 第十三章 2010-2015年中国手机广告业投资机会与风险分析

### 第一节2010-2015年中国广告业投资机会分析

#### 一、金融危机下中国广告发展基本情况

图表：2009年中国广告经营单位发展情况

图表：2009年四大媒体广告经营状况

图表：2009年中国媒介单位广告营业额前10位

图表：2009年经营广告的网站情况

图表：2009年广告投放行业分布

图表：2009年中国广告公司营业额前10位

图表：中国广告总营业额、各媒体营业额及其所占比例

图表：2009年世界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：2005-2009年间全球10大广告支出国的市场份额增长速度

图表：2009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：2009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：2006-2011年全球手机信息收入规模及增长情况

图表：2004-2011年全球GPS手机出货量统计和预测

图表：2007-2012年西欧地区手机付费广告市场收入

图表：2007-2010年美国手机银行用户规模及增长率

图表：2001-2009年中国手机市场份额

图表：全球主流媒体广告支出预测（报纸、杂志、电视、广播、电影、手机、互联网）

图表：2005-2009年间全球10大广告支出国的市场份额增长速度

图表：2009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：2009年全球广告公司收入排名

图表：2002-2009年美国广告市场调研市场规模增长趋势图

图表：2005-2011年美国互联网广告市场调研市场规模及预测

图表：2001-2009年日本主要媒体广告市场规模

图表：2000-2009年日本主要媒体广告市场规模变动情况

图表：2001-2009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：2000-2009年央视广告收入增长情况

图表：2009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：1979-2009年广东省广告公司广告营业额情况

图表：2009年上海世博市场规模及增速

图表：2009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：2003-2009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：2009年美国广告主及广告代理投放网络广告的主要原因

图表：2006-2012年美国网络广告及广告市场调研市场规模

图表：2009年9月主要行业人才需求占总需求比例图

图表：2009年中国大陆主要报刊广告经营额及增长

图表：2009年各类报纸广告经营额同比增长率

图表：2009年各类杂志广告经营额同比增长率

图表：2009年中国报刊主要行业广告经营额同比增长

图表：2003-2009年全国报刊广告刊登额及增长率

图表：2009年1季度报纸杂志广告总量同比变化

图表：2009年1季度主要报刊、杂志广告份额

图表：2009年1季度主要类别报刊广告份额

图表：2009年1季度重点行业广告活跃度

图表：2009-2010年2季度中国地铁移动电视(地铁移动电视市场分析)市场规模

图表：广播广告与其他广告的优势比较

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：1994-2004年中国广播广告收入增长情况

图表：2009年度中国交通广播广告创收排名表(71家会员单位)

图表：2007/2009年同期网络广告市场状况比较

图表：2007/2009年同期网络广告价值估算

图表：2009年各月TOP100广告主市场价值估算

图表：2009年各月TOP100网络媒体市场价值估算

图表：2009年10月TOP10广告行业类型

图表：2009年10月广告价值估算TOP10广告主推广项目数和创意数

图表：2009年10月奥运会三个级别广告主网络投放状况

图表：2009年1-10月中国品牌网络广告投放费用及增长率

图表：2009年1-10月主要网站品牌广告投放费用

图表：2009年第2季度中国互联网广告主要厂商市场份额

图表：2009年1-6月奥运会赞助商网络广告投放费用比例

图表：2009年7月-2009年6月奥运赞助商网络广告投放费用分布

图表：2009-2010年房地产行业网络广告投放情况

图表：2009-2010年汽车行业网络广告投放情况

图表：2000-2006年韩国移动广告的发展

图表：2006年中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：2006年和2011年全球移动广告收入构成比较

图表：2011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：2003-2009年google部分财务数据

图表：wpp在2009年前两个月收购情况

图表：2006-2011年互联网广告与传统通广告增长对比

图表：2002-2006年wpp部分财务数据

.....

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/shouji/U6271984JS.html>