

# 2012-2016年中国无线互联网 广告行业市场分析与投资前景研究报告

## 报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

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

## 报告报价

《2012-2016年中国无线互联网广告行业市场分析与投资前景研究报告》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.bosidata.com/chuanmei1204/O528532V4J.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2012-04-14

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

# 说明、目录、图表目录

博思数据研究中心 <http://www.bosidata.com>

报告说明:

博思数据研究中心发布的《2012-2016年中国无线互联网广告行业市场分析与投资前景研究报告》共十二章。首先介绍了无线互联网广告相关概述、中国无线互联网广告市场运行环境等，接着分析了中国无线互联网广告市场发展的现状，然后介绍了中国无线互联网广告重点区域市场运行形势。随后，报告对中国无线互联网广告重点企业经营状况分析，最后分析了中国无线互联网广告行业发展趋势与投资预测。您若想对无线互联网广告产业有个系统的了解或者想投资无线互联网广告行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

通过《2012-2016年中国无线互联网广告行业市场分析与投资前景研究报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业的发展提供了科学决策依据。

无线广告是网络广告的一种新型的发展趋势，它是以针对手机用户的为客户的一种网络营销形式。无线广告是以推动企业产品和服务为目的的，以中国4亿手机用户为营销对象，以手机短信、彩信和WAP作为信息载体，利用手机的即时性、随身性、个人性和私密性等特点，进行精确、互动、无处不在的广告营销模式。它是继电视、广播、报纸、互联网之后的第五大媒体。

## 第一章 全球无线广告行业市场状况分析

### 第一节 无线广告的概念

### 第二节 2011-2012年全球无线广告的发展状况分析

#### 一、2011-2012年全球经济中中国经济形势分析

#### 二、全球无线广告规模的发展及预测

#### 三、全球无线广告行业价值链环境

### 第三节 2011-2012年全球无线广告商业模式与分类

### 第四节 2011-2012年全球无线广告特征分析

## 第二章 中国无线互联网广告行业市场发展环境分析

### 第一节 国内无线互联网广告经济环境分析

#### 一、GDP历史变动轨迹分析

- 二、固定资产投资历史变动轨迹分析
- 三、2012年中国无线互联网广告经济发展预测分析
- 第二节 中国无线互联网广告行业政策环境分析

### 第三章 中国无线广告市场发展动态分析

#### 第一节 2011-2012年中国无线广告发展概述

- 一、中国无线广告的产业链构成
- 二、中国无线广告商业模式和特点
- 三、3G产业对中国无线广告市场发展的影响

#### 第二节 2011-2012年中国无线广告市场走势分析

- 一、中国无线广告份额结构
- 二、无线广告市场规模分析
- 三、2011年中国无线网络广告公司排行榜

#### 第三节 2011-2012年中国无线广告发展存在问题分析

### 第四章 中国无线广告市场行业定性发展趋势分析

#### 第一节 2011-2012年中国无线广告市场行业深度剖析

- 一、中国无线广告市场未来发展的主要推动因素分析
- 二、中国运营商的无线广告业探讨
- 三、中国无线广告企业的盈利模式

#### 第二节 2011-2012年中国无线广告市场与全球国际市场的对比分析

#### 第三节 2011-2012年中国无线广告行业相关产业环境分析

- 一、中国智能终端与移动互联网规模调查
- 二、中国智能手机的发展规模
- 三、中国移动互联网规模的发展

#### 第四节 中国无线广告规模的发展及预测

### 第五章 中国无线广告市场调查分析

#### 第一节 中国手机网页广告市场规模

#### 第二节 中国手机客户端广告市场规模

#### 第三节 中国短信/彩信类广告市场规模

#### 第四节 中国手机报刊广告市场规模

## 第五节 中国无线广告互动营销市场规模

## 第六章 中国无线广告受众行为调查分析

### 第一节 中国无线广告受众的手机使用情况分析

- 一、中国无线广告受众手机类型调查
- 二、中国无线广告受众基本网络行为(除语音/短信)
- 三、中国无线广告受众手机上网频率调查
- 四、中国无线广告受众内容搜索调查

### 第二节 中国无线广告在手机客户端中的效果情况

- 一、中国网民无线广告接触情况调查
- 二、中国无线广告受众点击手机客户端广告原因

### 第三节 2011-2012年中国手机网民手机广告了解渠道分析

### 第四节 2011-2012年中国无线广告主满意度调查

### 第五节 2011-2012年中国手机网民短信类广告处理方式调查

### 第六节 2011-2012年中国无线广告受众无线广告观后感调查

### 第七节 2011-2012年中国手机网民遭遇手机客户端广告陷阱调查

### 第八节 2011-2012年中国手机网民遭遇短信广告类陷阱调查

### 第九节 2011-2012年中国手机网民手机广告类型认知调查

## 第七章 中国广告主行为调查分析

### 第一节 中国无线广告主首选代理联盟平台要求

### 第二节 中国无线广告主首选代理平台首选原因分析

### 第三节 中国品牌广告商首选无线广告媒介类型调查

### 第四节 中国品牌广告商首选手机客户端媒介原因调查

### 第五节 中国最热衷手机客户端类广告投放行业调查

### 第六节 中国最热衷短信类广告投放行业调查

## 第八章 中国无线广告受众地域分布及自身基本状况调查分析

### 第一节 2011-2012年中国手机广告代理市场占有率调查

### 第二节 2011-2012年中国无线广告受众区域分布状况调查

### 第三节 2011-2012年中国无线广告受众学历水平分布状况调查

### 第五节 2011-2012年中国无线广告受众职业分布状况调查

第六节 2011-2012年中国无线广告受众年龄结构调查

第七节 2011-2012年中国无线广告受众性别结构调查

第八节 2011-2012年中国无线广告受众月收入范围调查

第九节 2011-2012年中国无线广告受众家庭月总收入范围

## 第九章 全球国际无线广告市场概况分析

第一节 美国无线广告市场

第二节 韩国无线广告市场

第三节 日本无线广告市场

第四节 印度无线广告市场

第五节 中国无线广告市场

## 第十章 中国无线广告市场广告主关注企业分析

第一节 admob

第二节 有米广告

第三节 哇棒 ( wooboo )

第四节 亿动广告传媒 ( Madhouse )

第五节 架势 ( casee )

第六节 多盟智胜

第七节 淘告

## 第十一章 2012-2016年中国无线互联网广告行业发展前景及预测分析

第一节 2012-2016年中国无线互联网广告业的发展前景分析

一、广告行业预测分析

二、无线互联网广告未来前景分析

三、无线互联网广告技术发展方向分析

第二节 2012-2016年中国无线互联网广告行业发展趋势预测分析

一、无线互联网广告市场供给预测分析

二、无线互联网广告需求预测分析

三、无线互联网广告竞争格局预测分析

第三节 2012-2016年中国无线互联网广告行业盈利预测分析

## 第十二章 2012-2016年中国无线互联网广告行业投资机会与风险分析

### 第一节 2012-2016年中国无线互联网广告投资环境分析

### 第二节 2012-2016年中国无线互联网广告投资机会分析

#### 一、无线互联网广告行业投资吸引力分析

#### 二、区域投资优势分析

### 第三节 2012-2016年中国无线互联网广告投资风险分析

#### 一、行业竞争风险

#### 二、技术风险

#### 三、其它风险

图表目录（部分）：

图表：2005-2011年国内生产总值

图表：2005-2011年居民消费价格涨跌幅度

图表：2011年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2005-2011年国家外汇储备

图表：2005-2011年财政收入

图表：2005-2011年全社会固定资产投资

图表：2011年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2011年固定资产投资新增主要生产能力

图表：&hellip;&hellip;

更多图表详见正文&hellip;&hellip;

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/chuanmei1204/O528532V4J.html>