

2024-2030年中国互联网广告行业市场深度监测及 投资趋势预测报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2024-2030年中国互联网广告行业市场深度监测及投资趋势预测报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。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态势、市场商机动向、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市场调研分析。

官网地址：<https://www.chyxx.com/research/202111/985875.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

为方便行业人士或投资者更进一步了解互联网广告行业现状与前景，智研咨询特推出《2024-2030年中国互联网广告行业市场深度监测及投资趋势预测报告》（以下简称《报告》）。报告对中国互联网广告市场做出全面梳理和深入分析，是智研咨询多年连续追踪、实地走访、调研和分析成果的呈现。

为确保互联网广告行业数据精准性以及内容的可参考价值，智研咨询研究团队通过上市公司年报、厂家调研、经销商座谈、专家验证等多渠道开展数据采集工作，并对数据进行多维度分析，以求深度剖析行业各个领域，使从业者能够从多种维度、多个侧面综合了解2022年互联网广告行业的发展态势，以及创新前沿热点，进而赋能互联网广告从业者抢跑转型赛道。

互联网广告，是指通过网站、网页、互联网应用程序等互联网媒介，以文字、图片、音频、视频或者其他形式，直接或者间接地推销商品或者提供服务的商业广告。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。

从广告形式上来看，互联网广告可以分为搜索引擎广告、展示类广告、分类广告、引导广告、电子邮件广告五大类，其中展示类广告和搜索广告是最重要的两种广告形式。

数字技术创新迭代与数字经济蓬勃发展，驱动广告产业全面实施数字化转型，促进广告产业跨越式发展。新冠疫情的爆发，使得受众户外活动场景受限，居家和室内活动时段变多，媒介接触习惯进一步发生改变；同时互联网技术的升级创新了互联网广告的玩法，进而达到更优质的传播效果，因此互联网广告的价值愈发凸显，推动广告主将更多的广告预算向互联网广告倾斜，使得互联网广告成为疫情期间收入规模增长最为可观的广告形式。近年来，我国互联网广告行业发展迅速，2021年行业市场规模为5435亿元，同比增长9.3%，2022年受国际形势严峻及国内疫情反复等因素影响，行业规模有所下滑，市场规模约为5193亿元，同比下降4.5%。其中电商类、展示类和视频类是我国互联网广告最主要的细分市场，占比分别为38.12%、24.18%和23.03%。

目前，我国互联网广告行业市场集中度较高，市场份额主要被部分互联网巨头所占据。受疫情与经济基本面下行影响，2022年我国网络广告行业市场集中度进一步提升，行业巨头基本垄断市场，进一步挤压中小公司生存空间。具体来看，2022年我国网络广告行业CR4为77.54%，其中阿里巴巴市场份额占比最高，为28%，其次为字节跳动、腾讯和百度，占比分别为23%、14%和13%。

在互联网营销领域，由于各个环节都可以数据化，对数据的占有和分析能力已越来越成为行

业制胜的核心因素。互联网营销面对的受众群特别巨大、业务跟踪记录非常详细，导致积累的业务数据资源是海量的。面对这样大规模的业务数据，营销服务提供商必须在传统经验型分析框架的基础上，基于IT技术建立起更针对互联网营销特性的数据分析处理系统，才能有效发掘海量业务数据中蕴含的价值，帮助营销客户更精细地区分不同特性的消费者，透彻洞察其个性化需求，并有针对性地满足消费者，从而更低成本、更高效地达成营销目的，借此提升自己的营销服务水平和核心竞争力。

对致力于发展成为行业领先的互联网广告企业而言，既要深刻理解各类互联网媒体的特性，准确把握行业和技术发展趋势，又要拥有为客户提供各种不同形式的互联网广告服务的能力，并辅以专业的数据分析能力配合优化和提升广告投放效果，从而始终能为客户提供高效优质的互联网整合广告服务。从行业现状来看，具备为客户提供上述营销服务能力的企业与大量普通企业之间的服务能力差距已经拉开，未来行业领先企业将在立足于内涵式发展的基础上，不断扩大自身业务规模，同时也会通过外延式扩张扩大市场份额，即互联网广告服务领域的行业整合将不可避免，行业集中度也会随行业整合的日渐深入而不断提高。

《2024-2030年中国互联网广告行业市场深度监测及投资趋势预测报告》是智研咨询重要成果，是智研咨询引领行业变革、寄情行业、践行使命的有力体现，更是互联网广告领域从业者把脉行业不可或缺的重要工具。智研咨询已经形成一套完整、立体的智库体系，多年来服务政府、企业、金融机构等，提供科技、咨询、教育、生态、资本等服务。

【特别说明】内容概况部分为我司关于该研究报告核心要素的提炼与展现，报告最终交付版本与内容概况在展示形式上存在一定差异，但最终交付版完整、全面的涵盖了内容概况的相关要素。

报告目录：

第一章 中国互联网广告行业发展综述

第一节 互联网广告行业发展简况

- 一、行业发展阶段分析
- 二、行业发展特点分析
- 三、行业消费群体分析

第二节 互联网广告政策环境分析

- 一、互联网广告相关法律法规
- 二、互联网广告政策监管分析
- 三、互联网广告发展规划分析

第三节 互联网广告产业环境分析

- 一、互联网产业发展进程分析

二、互联网产业规模结构分析

三、互联网产业主要经济指标

四、互联网产业发展特点分析

五、互联网产业发展趋势分析

第四节 互联网广告模式生命力分析

一、传统展示广告模式分析

二、即时信息广告模式分析

三、窄告网广告模式分析

四、网络视频广告模式分析

五、搜索引擎广告模式分析

六、电子邮件广告模式分析

七、富媒体模式分析

第二章 全球互联网广告行业运营态势

第一节 全球互联网广告行业发展概况

一、全球互联网广告行业运营态势

二、全球互联网广告行业竞争格局

三、全球互联网广告行业规模预测

第二节 全球主要区域互联网广告行业发展态势及趋势预测

一、北美互联网广告行业市场概况及趋势

二、亚太互联网广告行业市场概况及趋势

三、欧盟互联网广告行业市场概况及趋势

第三章 中国互联网广告行业发展现状分析

第一节 互联网广告行业发展现状

一、互联网广告行业发展现状

二、互联网广告市场规模分析

三、互联网广告经营情况分析

四、互联网广告行业竞争分析

五、互联网广告投放量增长分析

六、互联网广告对传统广告业冲击分析

第二节 互联网广告精准营销策略分析

一、互联网广告精准营销优势分析

二、互联网广告精准营销表现形式

三、互联网广告精准营销问题分析

- 四、互联网广告精准营销步骤分析
- 五、互联网广告精准营销成功案例
- 第三节 互联网广告行业发展存在问题
 - 一、互联网来临进程相关问题分析
 - 二、互联网广告市场竞争问题分析
 - 三、互联网广告企业技术问题分析
 - 四、互联网广告未来发展瓶颈分析
- 第四节 互联网广告行业发展对策
 - 一、互联网广告业务扩张建议
 - 二、互联网广告绩效提升建议
 - 三、互联网广告竞争力提升建议
 - 四、互联网广告盈利能力提升建议

第四章 我国互联网广告所属行业整体运行指标分析

第一节 2019-2023年中国互联网广告所属行业总体规模分析

- 一、企业数量结构分析
- 二、人员规模状况分析
- 三、行业资产规模分析
- 四、行业市场规模分析

第二节 2019-2023年中国互联网广告所属行业财务指标总体分析

- 一、互联网广告所属行业盈利能力分析
 - 1、我国互联网广告所属行业销售利润率
 - 2、我国互联网广告所属行业成本费用利润率
 - 3、我国互联网广告所属行业亏损面
- 二、互联网广告所属行业偿债能力分析
 - 1、我国互联网广告所属行业资产负债比率
 - 2、我国互联网广告所属行业利息保障倍数
- 三、互联网广告所属行业营运能力分析
 - 1、我国互联网广告所属行业应收帐款周转率
 - 2、我国互联网广告所属行业总资产周转率
 - 3、我国互联网广告所属行业流动资产周转率
- 四、互联网广告所属行业发展能力分析
 - 1、我国互联网广告所属行业总资产增长率
 - 2、我国互联网广告所属行业利润总额增长率
 - 3、我国互联网广告所属行业主营业务收入增长率

4、我国互联网广告所属行业资本保值增值率

第五章 中国网络视频广告市场调研

第一节 富媒体广告市场调研

- 一、富媒体广告发展概况
- 二、富媒体广告应用现状
- 三、富媒体广告综合表现力分析
- 四、富媒体广告存在问题分析
- 五、富媒体广告趋势预测分析

第二节 互联网视频广告市场发展分析

- 一、视频广告市场规模分析
- 二、网络视频广告业务模式分析
- 三、视频广告市场竞争分析

第三节 主要视频网广告投资前景

第四节 互联网视频广告市场前景展望

- 一、视频广告存在问题分析
- 二、视频广告发展趋势分析
- 三、视频广告市场趋势分析

第六章 中国互联网搜索广告市场调研

第一节 搜索广告市场发展分析

- 一、搜索广告市场现状分析
- 二、付费搜索广告市场接受度
- 三、搜索广告的“极限”与“转折点”之辩
- 四、搜索引擎付费收录模式分析

第二节 重点企业搜索广告投资前景

- 一、百度搜索广告投资前景
- 二、谷歌搜索广告投资前景
- 三、雅虎搜索广告投资前景
- 四、易查搜索广告投资前景
- 五、腾讯搜索广告投资前景

第三节 互联网搜索广告市场前景展望

- 一、搜索广告存在问题分析
- 二、搜索广告发展趋势分析
- 三、搜索广告市场趋势分析

第七章 中国网络游戏广告市场调研

第一节 网络游戏广告整体发展状况

一、网络游戏广告需求与价值分析

二、网络游戏广告市场空间分析

三、网络游戏广告市场发展现状

四、网络游戏广告市场规模分析

五、网络游戏广告市场前景分析

第二节 网络游戏内置广告发展分析

一、网络游戏植入式广告发展现状

二、网络游戏植入式广告价值分析

三、网络游戏植入式广告特点分析

四、网络游戏植入式广告植入模式

五、网游内置广告技术实现方式分析

六、网络游戏内置广告发展机遇

七、网游内置广告市场前景分析

第三节 网络游戏内置广告存在问题分析

一、网络游戏植入式广告存在问题分析

二、网络游戏内置广告未来发展瓶颈

三、网络游戏植入式广告发展相关建议

四、网游内置广告需构建效果评估指标

第四节 网络游戏广告开发战略分析

一、网络游戏广告的4Ps策略

二、网络游戏广告的效果测量战略

第八章 中国互联网广告市场竞争分析

第一节 互联网广告与传统媒体广告的竞争

一、互联网与传统媒体广告规模对比

二、互联网与传统媒体广告效果对比

三、互联网与传统媒体广告自适性分析

四、互联网与传统媒体广告发展速度对比

第二节 互联网广告市场内部竞争分析

一、互联网广告市场竞争格局分析

二、互联网广告市场竞争格局分析

三、互联网广告市场竞争层次分析

四、政策走向对互联网广告市场竞争影响

第三节 互联网巨头广告业务竞争状况

- 一、大互联网巨头竞争状况分析
- 二、移动互联网广告竞争状况分析
- 三、社交互联网广告竞争状况分析
- 四、互联网显示广告竞争状况分析

第九章 互联网广告行业领先企业经营形势分析

第一节 悠易互通（北京）广告有限公司

- 一、企业基本情况简介
- 二、企业业务范围分析
- 三、企业主要客户分析
- 四、企业典型项目分析
- 五、企业推广策略分析
- 六、企业最新发展动向

第二节 北京蓝色光标数据科技股份有限公司

- 一、企业基本情况简介
- 二、企业业务范围分析
- 三、企业主要客户分析
- 四、企业典型项目分析
- 五、企业推广策略分析
- 六、企业最新发展动向

第三节 互动通天图信息技术有限公司

- 一、企业基本情况简介
- 二、企业业务范围分析
- 三、企业主要客户分析
- 四、企业典型项目分析
- 五、企业推广策略分析
- 六、企业最新发展动向

第四节 北京新意互动广告有限公司

- 一、企业基本情况简介
- 二、企业业务范围分析
- 三、企业主要客户分析
- 四、企业典型项目分析
- 五、企业推广策略分析

六、企业最新发展动向

第五节 杭州索象营销策划有限公司

一、企业基本情况简介

二、企业业务范围分析

三、企业主要客户分析

四、企业典型项目分析

五、企业推广策略分析

六、企业最新发展动向

第六节 华扬联众数字技术股份有限公司

一、企业基本情况简介

二、企业业务范围分析

三、企业主要客户分析

四、企业典型项目分析

五、企业推广策略分析

六、企业最新发展动向

第七节 北京深演智能科技股份有限公司

一、企业基本情况简介

二、企业业务范围分析

三、企业主要客户分析

四、企业典型项目分析

五、企业推广策略分析

六、企业最新发展动向

第八节 西藏山南灵云传媒有限公司

一、企业基本情况简介

二、企业业务范围分析

三、企业主要客户分析

四、企业典型项目分析

五、企业推广策略分析

六、企业最新发展动向

第九节 电通数码（北京）广告有限公司

一、企业基本情况简介

二、企业业务范围分析

三、企业主要客户分析

四、企业典型项目分析

五、企业推广策略分析

六、企业最新发展动向

第十节 北京腾信创新网络营销技术股份有限公司

- 一、企业基本情况简介
- 二、企业业务范围分析
- 三、企业主要客户分析
- 四、企业典型项目分析
- 五、企业推广策略分析
- 六、企业最新发展动向

第十章 中国互联网广告业趋势预测分析

第一节 互联网广告行业发展趋势分析

- 一、互联网广告行业区域发展趋势
- 二、互联网广告行业技术发展趋势
- 三、互联网广告行业产品结构趋势
- 四、互联网广告行业市场竞争趋势

第二节 互联网广告行业市场趋势分析

- 一、互联网广告行业市场规模预测
- 二、互联网广告行业细分领域预测
- 三、互联网广告企业经营趋势分析

第三节 互联网广告行业前景调研分析

- 一、互联网广告行业进入壁垒分析
- 二、互联网广告行业投资前景分析
- 三、互联网广告行业投资可行性分析
- 四、互联网广告行业前景调研分析

第四节 互联网广告行业投资建议

- 一、互联网广告细分市场投资建议
- 二、互联网广告区域布局投资建议
- 三、互联网广告企业并购重组建议

第十一章 2024-2030年互联网广告行业投资价值评估分析

第一节 互联网广告行业投资特性分析

- 一、互联网广告行业进入壁垒分析
- 二、互联网广告行业盈利因素分析
- 三、互联网广告行业盈利模式分析

第二节 2024-2030年互联网广告行业发展的影响因素

一、有利因素

二、不利因素

第三节 2024-2030年互联网广告行业投资价值评估分析

第四节 2024-2030年中国互联网广告行业发展预测

第十二章 2024-2030年互联网广告行业投资机会与风险防范

第一节 互联网广告行业投融资情况

一、行业资金渠道分析

二、固定资产投资分析

三、兼并重组情况分析

四、互联网广告行业投资现状分析

1、互联网广告产业投资经历的阶段

2、2021年互联网广告行业投资状况回顾

3、2019-2023年中国互联网广告行业风险投资状况

4、2024-2030年我国互联网广告行业的投资态势

第二节 2024-2030年互联网广告行业投资机会

一、产业链投资机会

二、细分市场投资机会

三、重点区域投资机会

四、互联网广告行业投资机遇

第三节 2024-2030年互联网广告行业投资前景及防范

一、政策风险及防范

二、技术风险及防范

三、供求风险及防范

四、宏观经济波动风险及防范

五、关联产业风险及防范

六、产品结构风险及防范

七、其他风险及防范

第四节 中国互联网广告行业投资建议

一、互联网广告行业未来发展方向

二、互联网广告行业主要投资建议

三、中国互联网广告企业融资分析

1、中国互联网广告企业IPO融资分析

2、中国互联网广告企业再融资分析

第十三章 2024-2030年互联网广告行业面临的困境及对策

第一节 2021年互联网广告行业面临的困境

第二节 互联网广告企业面临的困境及对策

第三节 中国互联网广告行业存在的问题及对策

第四节 中国互联网广告市场发展面临的挑战与对策

第十四章 互联网广告行业投资前景研究

第一节 互联网广告行业投资前景研究

第二节 对我国互联网广告品牌的战略思考

第三节 互联网广告经营策略分析

第四节 互联网广告行业投资规划建议研究

第十五章 研究结论及投资建议

第一节 互联网广告行业研究结论及建议

第二节 互联网广告子行业研究结论及建议

第三节 互联网广告行业投资建议

一、行业投资策略建议

二、行业投资方向建议

三、行业投资方式建议

图表目录：部分

图表1：近年来广告以及互联网广告行业相关鼓励性政策汇总

图表2：2019-2023年中国网民规模及互联网普及率统计

图表3：2019-2023年全球互联网广告市场规模

图表4：2024-2030年全球互联网广告市场规模预测

图表5：2019-2023年中国广告市场规模及互联网广告占比情况

图表6：2019-2023年中国互联网广告市场规模及增速情况

图表7：2019-2023年中国互联网广告细分市场规模情况

图表8：2023年主要互联网广告收入企业级别

图表9：2024-2030年中国互联网广告市场规模预测

图表10：2024-2030年中国互联网广告细分市场规模预测

图表11：近年来部分互联网广告企业投资动向

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/202111/985875.html>