

2015-2020年中国互联网广告行业监测及投资方向研究报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2015-2020年中国互联网广告行业监测及投资方向研究报告》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.cction.com/report/201507/124089.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

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是一个全新的广告媒体，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。

传统广告发展至今已经形成了固有的一套体系，而对于互联网广告这一新的广告方式，发展的还不很充分。许多广告主认为，强制就意味着接受，侵犯即意味着影响。但一般情况下这样只会让受众更加反感，尤其是互联网广告。互联网侵犯广告(强制广告、强制注册、弹出页广告)使得一些企业收到适得其反的效果。如何在尊重用户的前提下，更好的传播广告所展示的创意以吸引用户，从而转化为购买行动，最终使企业受益，这是广告制作者也是企业的一个重要课题。

纸质媒体具有特殊的权威性，电视广播媒体具有特殊的说服力。但互联网给人的信服程度远不如其它媒介。尤其是网站种类繁多，难辨真假。企业在选择互联网广告服务时更要慎重。这也是互联网广告投放的一大劣势。

报告目录

| | |
|------------------------------|--|
| 第一章 互联网广告相关概述... 8 | |
| 1.1 网络广告的定义及起源... 8 | |
| 1.1.1 网络广告的定义... 8 | |
| 1.1.2 网络广告的特点... 8 | |
| 1.1.3 网络广告的价值... 9 | |
| 1.2 互联网广告模式... 10 | |
| 1.2.1 传统展示广告模式... 10 | |
| 1.2.2 即时信息（IM）广告模式... 11 | |
| 1.2.3 窄告网广告模式... 11 | |
| 1.2.4 网络视频广告模式... 11 | |
| 1.2.5 富媒体（RichMedia）广告... 12 | |
| 1.2.6 搜索引擎广告... 12 | |
| 1.2.7 电子邮件广告模式... 12 | |
| 1.3 网络广告其它相关介绍... 12 | |

| | | |
|-------------------------------|--------------------------|----|
| 1.3.1 | 网络广告的主要形式... | 12 |
| 1.3.2 | 网络广告评估的方法... | 14 |
| 1.3.3 | 网络广告的计费方式... | 15 |
| 第二章 2014-2015年互联网产业发展状况... 17 | | |
| 2.1 | 2014-2015年世界互联网产业分析... | 17 |
| 2.1.1 | 2011年全球互联网产业的发展... | 17 |
| 2.1.2 | 2012年全球互联网行业分析... | 20 |
| 2.1.3 | 2013年全球互联网行业分析... | 26 |
| 2.1.4 | 世界各国互联网管理概况... | 29 |
| 2.2 | 2014-2015年中国互联网产业综述... | 32 |
| 2.2.1 | 互联网行业在国民经济中的地位... | 32 |
| 2.2.2 | “十一五”时期我国互联网发展综合分析... | 32 |
| 2.2.3 | 我国互联网行业发展的特点... | 34 |
| 2.2.4 | 我国互联网基础资源分析... | 35 |
| 2.2.5 | 我国互联网行业规模和结构分析... | 37 |
| 2.3 | 2014-2015年中国互联网行业用户分析... | 38 |
| 2.3.1 | 我国互联网用户规模... | 38 |
| 2.3.2 | 我国互联网用户分布状况... | 39 |
| 2.3.3 | 我国互联网用户结构特征分析... | 40 |
| 2.4 | 2014-2015年中国互联网行业竞争状况... | 43 |
| 2.4.1 | 我国互联网行业集中度分析... | 43 |
| 2.4.2 | 我国互联网行业的进入与退出壁垒分析... | 45 |
| 2.4.3 | 我国互联网行业竞争结构分析... | 46 |
| 2.4.4 | 我国互联网行业生命周期分析... | 48 |
| 2.5 | 互联网产业发展的问题对策... | 49 |
| 2.5.1 | 中国互联网面临“大而不强”的困局... | 49 |
| 2.5.2 | 我国互联网行业发展存在的矛盾... | 50 |
| 2.5.3 | 中国互联网产业发展对策... | 51 |
| 2.5.4 | 保障我国互联网行业健康发展的措施... | 54 |
| 2.6 | 中国互联网行业投融资状况分析... | 57 |
| 2.6.1 | 我国互联网行业资金渠道分析... | 57 |
| 2.6.2 | 2013年我国互联网行业投资分析... | 57 |

| | |
|-------|-------------------------------|
| 2.6.3 | 2013年我国知名互联网公司投资状况... 58 |
| 2.6.4 | 2013年我国互联网并购状况... 64 |
| 2.7 | “十二五”中国互联网发展规划探析... 65 |
| 2.7.1 | “十二五”我国互联网行业的发展形势... 65 |
| 2.7.2 | “十二五”中国互联网行业的发展思路及目标... 66 |
| 2.7.3 | “十二五”期间我国互联网业的发展任务... 67 |
| 第三章 | 2014-2015年世界互联网广告市场... 76 |
| 3.1 | 世界互联网广告市场分析... 76 |
| 3.1.1 | 全球互联网广告发展回顾... 76 |
| 3.1.2 | 2012年全球互联网广告市场简况... 76 |
| 3.1.3 | 2013年全球互联网广告开支状况... 77 |
| 3.1.4 | 全球手机互联网广告开支将急剧上涨... 77 |
| 3.2 | 2014-2015年美国网络广告市场分析... 77 |
| 3.2.1 | 美国网络广告市场的发展特点... 77 |
| 3.2.2 | 美国网络广告市场发展回顾... 77 |
| 3.2.3 | 2012年美国互联网广告市场分析... 78 |
| 3.2.4 | 2013年美国互联网广告市场状况... 79 |
| 3.2.5 | 美国移动互联网广告市场结构及走势... 79 |
| 3.3 | 2014-2015年英国网络广告市场分析... 79 |
| 3.3.1 | 英国网络广告市场增长迅速... 79 |
| 3.3.2 | 英国网络广告市场规模状况... 80 |
| 3.3.3 | 英国人均网络广告开支预测... 80 |
| 3.4 | 2014-2015年其它国家网络广告市场分析... 81 |
| 3.4.1 | 法国... 81 |
| 3.4.2 | 俄罗斯... 82 |
| 3.4.3 | 巴西... 83 |
| 3.4.4 | 韩国... 84 |
| 3.4.5 | 泰国... 85 |
| 第四章 | 2014-2015年中国互联网广告行业综合分析... 86 |
| 4.1 | 中国网络广告行业综述... 86 |
| 4.1.1 | 互联网广告的发展阶段分析... 86 |
| 4.1.2 | 2012年我国网络广告市场发展的特点... 87 |

| | | |
|-------|---------------------------|-----|
| 4.1.3 | 我国网络广告消费群体分析... | 91 |
| 4.2 | 2010-2013年中国网络广告市场的发展... | 91 |
| 4.2.1 | 2010年中国网络广告市场规模分析... | 91 |
| 4.2.2 | 2010年中国网络广告行业热点分析... | 91 |
| 4.2.3 | 2011年中国网络广告市场分析... | 95 |
| 4.2.4 | 2012年中国网络广告逆势增长... | 95 |
| 4.2.5 | 2013年我国网络广告运行现状... | 96 |
| 4.3 | 网络广告精准营销分析... | 97 |
| 4.3.1 | 精准营销的优势... | 97 |
| 4.3.2 | 网络广告精准营销表现形式及其有效性... | 97 |
| 4.3.3 | 网络广告精准营销的缺陷... | 99 |
| 4.3.4 | 网络广告精准营销策略... | 99 |
| 4.4 | 互联网广告行业发展面临的挑战... | 100 |
| 4.4.1 | 我国互联网广告发展中的问题... | 100 |
| 4.4.2 | 我国网络广告发展存在的不足... | 101 |
| 4.4.3 | 制约中国网络广告发展的瓶颈... | 102 |
| 4.5 | 互联网广告行业发展对策... | 103 |
| 4.5.1 | 互联网广告行业发展建议... | 103 |
| 4.5.2 | 我国网络广告发展的对策... | 103 |
| 4.5.3 | 提升互联网广告投放绩效的关键... | 104 |
| 第五章 | 2014-2015年视频广告市场分析... | 108 |
| 5.1 | 2014-2015年富媒体广告分析... | 108 |
| 5.1.1 | 富媒体广告发展相关概述... | 108 |
| 5.1.2 | 富媒体广告发展综述... | 109 |
| 5.1.3 | 富媒体广告综合表现力良好... | 110 |
| 5.1.4 | 不同形式富媒体广告竞争状况... | 111 |
| 5.2 | 2014-2015年视频广告市场发展综述... | 113 |
| 5.2.1 | 全球视频广告市场现状分析... | 113 |
| 5.2.2 | 视频广告影响力日益加大... | 114 |
| 5.2.3 | 在线视频广告竞争力上升... | 114 |
| 5.3 | 2014-2015年中国网络视频广告收入分析... | 115 |
| 5.3.1 | 2011年中国网络视频广告收入... | 115 |

| | | |
|-------------------------------|-----------------------------|-----|
| 5.3.2 | 2012年中国网络视频广告收入... | 115 |
| 5.3.3 | 2013年中国网络视频广告收入... | 116 |
| 5.4 | 2014-2015年主要视频网广告发展动态... | 117 |
| 5.4.1 | YouTube视频广告印象数近20亿次 再超Hulu. | 117 |
| 5.4.2 | Hulu营收增长44%至10亿美元... | 118 |
| 5.4.3 | 优酷土豆启动统一广告投放系统... | 118 |
| 5.4.4 | 酷6推出新型视频广告投放模式... | 119 |
| 5.5 | 视频广告发展的问题及对策... | 120 |
| 5.5.1 | 视频广告发展需解决的问题... | 120 |
| 5.5.2 | 视频广告公司仍面临盈利压力... | 121 |
| 5.5.3 | 视频广告发展五大问题尚待解决... | 122 |
| 5.5.4 | 视频广告的传播策略分析... | 123 |
| 5.6 | 视频广告前景展望... | 127 |
| 5.6.1 | 全球视频广告市场前景看好... | 127 |
| 5.6.2 | 2015-2020年中国视频广告行业发展预测... | 128 |
| 5.6.3 | 在线视频广告收入将超电视广告... | 128 |
| 第六章 2014-2015年搜索广告市场分析... 130 | | |
| 6.1 | 搜索广告发展概况... | 130 |
| 6.1.1 | 搜索广告市场发展态势分析... | 130 |
| 6.1.2 | 2013年5月搜索市场付费广告商份额Top15. | 132 |
| 6.1.3 | 平板领域付费搜索广告增长迅速... | 132 |
| 6.1.4 | 搜索引擎广告付费收录模式分析... | 133 |
| 6.2 | 2014-2015年中国搜索广告市场的发展... | 134 |
| 6.2.1 | 2011年中国搜索广告市场分析... | 134 |
| 6.2.2 | 2012年中国搜索广告市场分析... | 134 |
| 6.2.3 | 2013年中国搜索广告市场分析... | 135 |
| 6.3 | 2014-2015年重点企业搜索广告业务发展状况... | 135 |
| 6.3.1 | 搜索广告市场重点企业竞争激烈... | 135 |
| 6.3.2 | 百度搜索广告业务发展现状... | 135 |
| 6.3.3 | 谷歌搜索广告收入占比高... | 136 |
| 6.3.4 | 雅虎搜索广告营收增长情况... | 137 |
| 6.3.5 | 易查推出移动搜索关键词广告业务... | 138 |

| | | |
|-------|-----------------------------|-----|
| 6.3.6 | 腾讯搜索发力无线搜索广告市场... | 138 |
| 第七章 | 2014-2015年网络游戏广告市场分析... | 140 |
| 7.1 | 2014-2015年网络游戏广告发展探析... | 140 |
| 7.1.1 | 网络游戏成为广告载体的原因... | 140 |
| 7.1.2 | 网络游戏广告发展的优势... | 140 |
| 7.1.3 | 2011年中国网络游戏广告市场分析... | 143 |
| 7.1.4 | 2012年中国网络游戏广告市场分析... | 144 |
| 7.1.5 | 2013年中国网络游戏广告市场分析... | 147 |
| 7.2 | 网络游戏内置广告相关概述... | 149 |
| 7.2.1 | 网络游戏植入式广告定义... | 149 |
| 7.2.2 | 网络游戏植入式广告优势... | 150 |
| 7.2.3 | 网络游戏植入式广告的植入模式... | 150 |
| 7.2.4 | 网游内置广告的技术实现方式... | 152 |
| 7.3 | 2014-2015年网络游戏内置广告发展分析... | 152 |
| 7.3.1 | 网络游戏植入广告市场剖析... | 152 |
| 7.3.2 | 网游植入广告市场呈现多元化发展... | 153 |
| 7.3.3 | 网络游戏内置广告市场面临发展机遇... | 153 |
| 7.3.4 | 游戏内置广告行业前景看好... | 154 |
| 7.4 | 网络游戏内置广告存在的问题及对策... | 154 |
| 7.4.1 | 网络游戏植入式广告存在的问题... | 154 |
| 7.4.2 | 网络游戏内置广告发展面临的困境... | 157 |
| 7.4.3 | 网络游戏内置广告现存的发展瓶颈及对策... | 157 |
| 7.4.4 | 网络游戏植入式广告的发展策略... | 158 |
| 7.4.5 | 网游内置广告需构建效果评估指标... | 159 |
| 7.5 | 网络游戏广告开发战略... | 162 |
| 7.5.1 | 网络游戏广告的4Ps策略... | 162 |
| 7.5.2 | 网络游戏广告的效果测量战略... | 168 |
| 第八章 | 2014-2015年互联网广告市场竞争分析... | 171 |
| 8.1 | 2014-2015年网络广告与传统媒体广告的竞争... | 171 |
| 8.1.1 | 网络广告自适性优于传统媒体广告... | 171 |
| 8.1.2 | 全球网络广告超越传统媒体广告... | 172 |
| 8.1.3 | 中国网络广告首次超越传统媒体广告... | 173 |

| | | |
|--------|----------------------------|-----|
| 8.1.4 | 网络广告增长速度超越传统媒体广告... | 174 |
| 8.2 | 2014-2015年网络广告市场竞争概况... | 174 |
| 8.2.1 | 限广令加剧网络广告市场竞争... | 174 |
| 8.2.2 | 中国互联网广告市场竞争态势分析... | 176 |
| 8.2.3 | 互联网广告市场竞争激烈... | 177 |
| 8.3 | 2014-2015年互联网巨头广告业务竞争状况... | 177 |
| 8.3.1 | 三大互联网巨头争夺移动广告市场份额... | 177 |
| 8.3.2 | 互联网巨头争占社交网络广告市场... | 177 |
| 8.3.3 | 微软、谷歌和雅虎争夺互联网显示广告市场... | 179 |
| 第九章 | 2014-2015年重点网络广告公司发展分析... | 182 |
| 9.1 | 分众传媒控股有限公司... | 182 |
| 9.1.1 | 公司简介... | 182 |
| 9.1.2 | 2011年分众传媒经营状况... | 183 |
| 9.1.3 | 2012年分众传媒经营状况... | 185 |
| 9.2 | 悠易互通(北京)广告有限公司... | 187 |
| 9.2.1 | 公司简介... | 187 |
| 9.2.2 | 悠易互通发展的优势... | 187 |
| 9.2.3 | 悠易互通融资现状... | 188 |
| 9.2.4 | 悠易互通产品升级完善服务链条... | 188 |
| 9.3 | 麒润... | 189 |
| 9.3.1 | 公司简介... | 189 |
| 9.3.2 | 麒润网络广告发展优势... | 190 |
| 9.3.3 | 麒麟网络广告发布目标锁定... | 190 |
| 9.4 | 其他网络广告企业分析... | 190 |
| 9.4.1 | 华扬联众... | 190 |
| 9.4.2 | 郑州市传力广告有限公司... | 191 |
| 9.4.3 | 新意互动广告有限公司... | 191 |
| 第十章 | 2014-2015年热点行业互联网广告投放分析... | 196 |
| 10.1 | 汽车行业... | 196 |
| 10.1.1 | 汽车行业发展概况... | 196 |
| 10.1.2 | 2011年汽车行业网络广告投放分析... | 201 |
| 10.1.3 | 2012年汽车行业网络广告投放状况... | 202 |

| | | |
|--------|-----------------------------|-----|
| 10.1.4 | 2013年汽车行业网络广告投放状况... | 202 |
| 10.2 | 食品饮料行业... | 204 |
| 10.2.1 | 中国饮料行业网络广告投放动况... | 204 |
| 10.2.2 | 中国食品行业网络广告投放状况... | 205 |
| 10.2.3 | 我国酒业网络广告投放动态... | 205 |
| 10.3 | 房产、建筑工程行业... | 206 |
| 10.3.1 | 2013年我国房地产业新房品牌网络广告投放分布... | 206 |
| 10.3.2 | 2013年中国房产、建筑工程网络广告投放现状... | 206 |
| 10.3.3 | 2013年我国房产、建筑工程投放动态... | 207 |
| 10.4 | 药品行业... | 209 |
| 10.4.1 | 2012年药品行业网络广告投放情况... | 210 |
| 10.4.2 | 2013年药品行业网络广告投放分析... | 210 |
| 10.5 | 邮电通讯行业... | 212 |
| 10.5.1 | 邮电通信行业运行... | 212 |
| 10.5.2 | 邮电通信行业网络广告投放现状... | 213 |
| 10.6 | 其它行业... | 213 |
| 10.6.1 | 商业及服务性行业网络广告投放... | 213 |
| 10.6.2 | 娱乐及休闲行业广告投放... | 214 |
| 10.6.3 | 交通行业网络广告投放... | 214 |
| 10.6.4 | 化妆品及浴室用品行业网络广告投放现状... | 215 |
| 第十一章 | 网络广告业发展前景趋势分析... | 216 |
| 11.1 | 全球网络广告行业发展展望... | 216 |
| 11.1.1 | 全球互联网广告市场展望... | 216 |
| 11.1.2 | 全球移动互联网广告市场规模分析预测... | 216 |
| 11.2 | 中国网络广告业发展前景趋势分析... | 217 |
| 11.2.1 | 未来网络广告行业发展趋向... | 217 |
| 11.2.2 | 2015-2020年中国互联网广告业规模预测分析... | 217 |
| 图表目录 | | |
| 图表 1 | 2011年全球网络服务器软件市场份额... | 20 |
| 图表2 | 2011年全球互联网用户数量分布... | 21 |
| 图表3 | 不同地区的互联网普及率... | 22 |
| 图表4 | 2011年全球桌面浏览器市场份额... | 22 |

| | |
|--|----|
| 图表5 2012年12月Web服务器所占的市场份额比例图... | 24 |
| 图表6 2012年6月各地区互联网用户市场份额比例图... | 25 |
| 图表7 2012年6月各地区互联网普及率比例图... | 26 |
| 图表 8 浏览器市场份额比例... | 27 |
| 图表9 全球数据概览... | 30 |
| 图表10 全球各地区互联网普及率... | 30 |
| 图表11 全球各地区移动业务普及率... | 31 |
| 图表12 2014-2015年中国互联网基础资源对比... | 38 |
| 图表13 2009-2013年中国IPv6地址数... | 38 |
| 图表14 2006-2013年中国IPv4地址数及其增长率... | 39 |
| 图表15 中国分类域名数... | 39 |
| 图表16 中国分类CN域名数... | 40 |
| 图表17 2006-2013年我国网站数量... | 40 |
| 图表18 中国网民规模和互联网普及率... | 41 |
| 图表19 2014-2015年中国内地各省（市、自治区）网民规模和互联网普及率... | 42 |
| 图表20 性别结构... | 44 |
| 图表21 年龄结构... | 44 |
| 图表22 网民学历结构... | 44 |
| 图表23 职业结构... | 45 |
| 图表24 收入结构... | 46 |
| 图表25 波特五力模型... | 50 |
| 图表26 产业生命周期... | 51 |
| 图表27 2013年百度投资状况... | 62 |
| 图表28 2013年阿里巴巴投资盘点... | 63 |
| 图表29 腾讯投资盘点... | 65 |
| 图表30 奇虎投资盘点... | 66 |
| 图表31 小米投资盘点... | 67 |
| 图表32 2012年美国互联网广告市场... | 81 |
| 图表33 2013年美国互联网广告市场... | 82 |
| 图表34 2008-2013年英国网络广告市场规模增速... | 82 |
| 图表 35 2008-2013年英国网络广告市场规模... | 83 |
| 图表36 2014-2018年英国人均网络广告开支预测... | 83 |

| | |
|---|-----|
| 图表37 2008-2013年法国网络广告市场规模... | 84 |
| 图表38 2008-2013年俄罗斯网络广告规模... | 85 |
| 图表39 巴西2013年广告市场结构... | 86 |
| 图表40 2010年中国网络广告收入达到了48.19亿元同比增长99.9%。... | 94 |
| 图表41 2011年中国网络广告收入达到了48.19亿元同比增长99.9%。... | 98 |
| 图表42 2012年中国网络广告收入达到了48.19亿元同比增长99.9%。... | 98 |
| 图表43 2010-2013年我国网络广告市场规模及增速... | 99 |
| 图表44 2011-2013年我国富媒体广告市场规模... | 112 |
| 图表45 不同广告形式点击率... | 113 |
| 图表46 不同广告形式广告位注册率分析... | 113 |
| 图表47 不同形式富媒体广告点击率... | 114 |
| 图表48 富媒体广告总互动率分析... | 114 |
| 图表49 富媒体广告展开重播率分析... | 115 |
| 图表50 富媒体及视频广告综合分析... | 115 |
| 图表51 2011-2013年全球视频广告市场规模... | 116 |
| 图表52 在线视频广告竞争力... | 117 |
| 图表53 用户对在线视频广告的平均容忍次数... | 118 |
| 图表54 2014-2015年 网络视频用户数及使用率... | 119 |
| 图表55 YouTube视频广告印象数近20亿次... | 120 |
| 图表56 2015-2020年我国视频广告市场规模预测... | 131 |
| 图表57 移动搜索站点搜索量市场份额... | 133 |
| 图表58 中国移动搜索站点PV份额... | 133 |
| 图表59 2013年5月搜索市场付费广告商份额Top15. | 135 |
| 图表60 2009-2013年谷歌营收分布... | 139 |
| 图表61 2006-2011年中国网络游戏企业网络广告投放天次规模... | 146 |
| 图表62 2010Q1-2011Q4中国网络游戏企业网络广告投放天次规模... | 146 |
| 图表63 2012Q1-2012Q4中国网络游戏广告主数量... | 147 |
| 图表64 2012Q1-2012Q4中国网络游戏广告投放金额情况... | 148 |
| 图表65 2012Q1-2012Q4中国网络游戏广告投放天次情况... | 148 |
| 图表66 2012年中国网络游戏广告主投放金额TOP10. | 149 |
| 图表67 2012年中国网络游戏广告主投放天次TOP10. | 149 |
| 图表68 2004-2013年中国网络游戏广告主数量... | 150 |

| | |
|-------------------------------------|-----|
| 图表69 2004-2013年中国网络游戏广告投放金额... | 151 |
| 图表70 2004-2013年中国网络游戏广告投放天次... | 151 |
| 图表71 中国游戏内置广告市场发展趋势... | 156 |
| 图表72 2011年分众传媒经营状况... | 186 |
| 图表73 2012年分众传媒经营状况... | 188 |
| 图表74 2011-2013年我国月度汽车销量及同比变化状况... | 200 |
| 图表75 2011-2013年我国月度乘用车销量及同比变化状况... | 201 |
| 图表76 2011-2013年我国月度商用车销量及同比变化状况... | 202 |
| 图表77 2013年我国汽车市场份额分布... | 202 |
| 图表78 厂商是广告投放主力... | 204 |
| 图表79 2013年汽车行业广告花费TOP20品牌... | 206 |
| 图表80 2013年饮料行业广告投放分布... | 207 |
| 图表81 2013年食品行业广告投放分布... | 208 |
| 图表82 2013年酒精类饮品行业广告投放分布... | 208 |
| 图表83 2013年二季度中国房地产行业新房网络广告投放媒介分布... | 209 |
| 图表84 2013年房产、建筑工程行业广告投放分布... | 209 |
| 图表85 房产移动解决方案... | 212 |
| 图表86 2012年药品行业广告投放分布... | 213 |
| 图表87 2008-2013年我国制药企业网络广告投放... | 213 |
| 图表88 2011-2013年TOP10统计... | 214 |
| 图表89 2013年邮电通信行业广告投放分布... | 216 |
| 图表90 2013年商业及服务性行业广告投放分布... | 216 |
| 图表91 2013年娱乐及休闲行业广告投放分布... | 217 |
| 图表92 2013年交通行业广告投放分布... | 217 |
| 图表93 2013年化妆品及浴室用品行业广告投放分布... | 218 |
| 图表94 2015-2020年全球互联网广告市场规模预测... | 219 |
| 图表95 2013-2020年全球移动互联网广告市场规模预测... | 219 |
| 图表96 2015-2020年我国网络广告市场规模预测... | 220 |

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201507/124089.html>