

# 2021-2027年中国视频广告 行业前景展望与前景趋势报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

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

# 一、报告报价

《2021-2027年中国视频广告行业前景展望与前景趋势报告》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/202108/235144.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

视频广告是指在移动设备内进行的插播视频的模式。视频广告分为传统视频广告和移动视频广告两类。传统视频广告是在视频内的广告进行设置和投放，而移动视频广告分为传统贴片广告和In-App视频广告。

中企顾问网发布的《2021-2027年中国视频广告行业前景展望与前景趋势报告》共十一章。首先介绍了视频广告相关概念及发展环境，接着分析了中国视频广告规模及消费需求，然后对中国视频广告市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国视频广告面临的机遇及发展前景。您若想对中国视频广告有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

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。

报告目录：

第一部分 视频广告行业发展现状

第一章 视频广告行业发展概述

第一节 视频广告行业概述

一、视频广告的定义

二、视频广告的投放途径

三、视频广告的营销策略

四、视频广告的基本特点

五、视频广告的发展历程

第二节 视频广告的创作

一、视频广告语言的创新手法

二、视频广告与传统民族文化的融合

三、视频广告的创意

第三节 视频广告行业发展现状概况

第二章 2015-2019年中国互联网广告市场发展综合分析

第一节 2015-2019年中国互联网广告市场发展概述

一、互联网广告价值解析

二、网络广告的发展是时代的选择

三、中国网络广告收入增长步入快车道

四、中国网络广告市场发展特点

五、网络广告是门户网站主要收入来源

六、网络广告市场发展趋于理性

第二节 2015-2019年中国网络广告市场价格及盈利分析

一、中国网络广告价格偏低

二、网络广告的各种计价方式浅析

三、中国网络媒体广告定价方式当优化发展

四、互联网广告盈利模式需创新

五、“看广告利润分成”赢利模式分析

第三节 2015-2019年中国网络广告的精确营销分析

一、精准营销对网站的广告价值的影响

二、互联网精准营销时代来临

三、精准营销的核心因素分析

四、精准广告重新定义营销算术

五、精确投放是广告业的发展方向

六、定向广告市场总价值预测

第四节 2015-2019年中国互联网广告市场存在问题

一、互联网广告期待结束“霸王时代”

二、数字媒体营销出现长尾效应

三、中国网络广告业点击欺诈状况及案例分析

四、网络广告年增长率差偏小

五、网络广告市场专业评测发展不充分

第五节 2015-2019年中国互联网广告市场发展策略分析

一、网络广告迅猛增长在于内涵的拓展

二、国内网络广告的几个发展方向分析

三、网络广告形式需创新

四、中国网络广告行业需要技术支撑

第三章 2015-2019年中国视频广告产业运行环境分析

## 第一节 2015-2019年中国经济环境分析

### 一、国民经济运行情况GDP

### 二、消费价格指数CPI、PPI

### 三、全国居民收入情况

### 四、恩格尔系数

### 五、工业发展形势

### 六、固定资产投资情况

### 七、中国汇率调整（人民币升值）

### 八、对外贸易&进出口

## 第二节 2015-2019年中国视频广告产业政策环境分析

### 一、中华人民共和国广告法

### 二、互联网信息服务管理办法

### 三、北京市网络广告管理暂行办法

### 四、浙江省网络广告登记管理暂行办法

## 第三节 2015-2019年中国视频广告产业社会环境分析

### 一、经济环境分析

### 二、人才环境分析

### 三、文化环境分析

### 四、生态环境分析

### 五、法律环境

### 六、中国城镇化率

### 七、居民的各种消费观念和习惯

## 第四章 2015-2019年中国视频广告产业运行动态分析

### 第一节 2015-2019年中国视频广告产业发展概述

#### 一、视频广告产业特点分析

#### 二、视频业广告模式分析

#### 三、中国互联网广告中视频广告最热

### 第二节 2015-2019年中国富媒体产业发展分析

#### 一、富媒体广告的历史及发展形式

#### 二、富媒体广告的产业价值分析

#### 三、中国富媒体广告营收状况

#### 四、富媒体面临发展机遇

### 第三节 2015-2019年中国视频广告问题对策分析

#### 一、网络视频广告发展阻碍因素分析

#### 二、在线视频广告技术尚不成熟

#### 三、网络视频广告大发展尚需时日

#### 四、视频广告媒体化才有生机

#### 五、视频网站遭遇盈利难题

#### 六、视频广告盈利思路分析

## 第五章 2015-2019年中国视频广告产业运行态势分析

### 第一节 2015-2019年中国视频广告产业市场概述

#### 一、网络视频广告的发展应用

#### 二、网络视频广告机会的新拐点

#### 三、中国门户网站迈入视频时代

#### 四、网络视频广告发展意义深远

#### 五、最常见网络视频广告形式

#### 六、网络视频将是网络广告增长最快领域

#### 七、2015-2019年美国在线视频广告增长

#### 八、cc视频大幅提升传媒业视频广告收入

### 第二节 2015-2019年中国视频广告市场进入者分析

#### 一、国内主要视频网站及其优势

#### 二、视频网站展开激烈广告竞争

#### 三、土豆网获风投欲搭建在线视频广告平台

#### 四、Google图谋视频市场打造视频广告模式

## 第二部分 视频广告行业竞争格局

## 第六章 2015-2019年中国视频广告产业市场竞争格局分析

### 第一节 互联网广告与传统媒体广告的竞争

#### 一、网络广告与传统广告的对比优势

#### 二、网络广告抢食传统广告市场

#### 三、网络广告商之间加速洗牌

#### 四、互联网广告市场有望超越报纸广告

## 五、互联网广告市场份额超过户外广告

### 第二节 2015-2019年中国视频广告市场竞争现状分析

#### 一、小区楼宇视频广告市场竞争升级

#### 二、2015-2019年网络视频有望跻身主流媒广告真正发力

#### 三、网络广告市场进入竞争“战国时代”

#### 四、IT巨头在网络广告市场“攻城掠地”

### 第三节 2015-2019年中国视频广告提升竞争力策略分析

## 第七章 2015-2019年中国视频广告公司分析

### 第一节 好耶

#### 一、公司简介

#### 二、好耶企业优势分析

#### 三、好耶业务经营及分布

#### 四、好耶的智易营销连锁营销模式

#### 五、好耶AdForward广告管理系统

#### 六、分众传媒收购好耶

### 第二节 北京华扬联众广告公司

#### 一、公司简介

#### 二、WPP集团收购华扬联众

#### 三、华扬联众与分众的竞争分析

### 第三节 麒润

#### 一、公司简介

#### 二、麒润优势及发展状况

#### 三、麒润科技的“一网天下”网络广告业务系统支持平台

### 第四节 中视金桥国际传播集团

#### 一、企业概况

#### 二、竞争优势分析

#### 三、经营状况

#### 四、发展战略

### 第三节 中视传媒股份有限公司

#### 一、企业概况

#### 二、竞争优势分析

三、经营状况

四、发展战略

## 第八章 2015-2019年国内外互联网产业运行分析

### 第一节 2015-2019年世界互联网产业运行分析

一、世界互联网发展史

二、互联网发展体系架构解析

三、互联网使用率全球范围概况

### 第二节 2015-2019年世界各地区互联网产业状况

一、美国的互联网创新发展趋势分析

二、欧洲部分国家互联网的发展状况

三、韩国互联网产业及政策透析

四、日本移动互联网发展状况

### 第三节 2015-2019年中国互联网产业运行分析

一、互联网快速融入渗透中国经济社会

二、中国国互联网产业发展特点

三、中国式创新催生互联网产业新格局

四、中国互联网行业走上盈利道路

### 第四节 2015-2019年中国互联网产业问题对策分析

一、制约中国互联网业发展的几大因素

二、中国互联网发展过程中存在的问题及对策

三、无线互联网监管问题解析

### 第五节 未来中国互联网产业发展前景趋势分析

## 第九章 2015-2019年中国媒体广告行业运行新形势透析

### 第一节 2015-2019年中国广告市场运行综述

一、2015-2019年内地广告市场规模分析

二、中国广告市场的投放额

三、2015-2019年广告行业人才供求情况

四、2015-2019年广告市场面临的挑战

### 第二节 2015-2019年中国广告市场分析

一、总体情况



## 二、分省市广告花费

## 三、广电总局加强电视购物短片广告和居家购物节

### 第三节 2015-2019年中国广告市场规范情况分析

#### 一、中国查处广告违法案件情况

#### 二、广告业存在的主要问题探讨

#### 三、中国广告行业新的自律规则

#### 四、广告行业结盟维护创意版权

## 第三部分 视频广告行业前景预测与投资分析

### 第十章 2021-2027年中国视频广告发展前景预测分析

#### 第一节 2021-2027年中国互联网广告发展趋势分析

##### 一、中国网络广告业发展趋势分析

##### 二、2015-2019年中国网络广告市场分析

##### 三、2021-2027年中国网络广告市场预测

#### 第二节 2021-2027年中国视频广告业前景预测分析

##### 一、视频广告前景展望分析

##### 二、视频广告市场规模预测分析

#### 第三节 2021-2027年中国视频广告业盈利预测分析

### 第十一章 2021-2027年中国视频广告投资机会与风险分析

#### 第一节 2021-2027年中国视频广告投资机会分析

##### 一、中国互联网拥有巨大的资本机遇

##### 二、网络广告公司资本运作频繁凸显行业价值

#### 第二节 2021-2027年中国视频广告投资风险分析

##### 一、流量之争引发网络广告市场风险思考

##### 二、网络广告市场风险分析

#### 第三节 2021-2027年中国互联网广告投资建议

## 部分图表目录：

图表 网络视频广告与中国网络视频行业发展曲线图

图表 2015-2019年网络广告市场规模增长率

图表 2015-2019年网络广告年增长率差

图表 2015-2019年国内生产总值及其增长率

图表 2015-2019年建筑业增加值及其增长率

图表 2015-2019年批发零售业增加值及其增长率

图表 2015-2019年消费价格指数

图表 2015-2019年工业生产者出厂价格指数

图表 2015-2019年城乡恩格尔系数对比

图表 2015-2019年工业增加值及其增长率

图表 2015-2019年固定资产投资价格指数（当季值）

图表 2015-2019年固定资产投资完成额及其增长率

图表 2015-2019年货币汇率（年平均价）

图表 2015-2019年人民币汇率（年平均价）

图表 2015-2019年货物进出口总额

图表 2019年货物进出口总额及其增长速度

图表 2019年主要商品出口数量、金额及其增长速度

图表 2019年对主要国家和地区货物进出口额及其增长速度

图表 2019年非金融领域外商直接投资及其增长速度

图表 2015-2019年中国富媒体广告收入情况

图表 2021-2027年中国富媒体广告收入预测

图表 进行网络视频广告流程

图表 2015-2019年美国在线视频广告市场增长情况

图表 网络广告与传统媒体比较的优势

图表 2015-2019年传统广告与网络广告收入规模

图表 2015-2019年报纸广告与网络广告收入规模

图表 2015-2019年户外广告与网络广告收入规模

图表 2019年中国网络视频市场实力矩阵

图表 2019年中国互联网广告运营商市场收入份额

图表 2015-2019年中国网络视频主要厂商综合收入市场份额

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202108/235144.html>