2022-2028年中国原生视频
广告行业发展趋势与未来前景预测报告

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

《2022-2028年中国原生视频广告行业发展趋势与未来前景预测报告》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/202110/243395.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

中企顾问网发布的《2022-2028年中国原生视频广告行业发展趋势与未来前景预测报告》共十章。首先介绍了原生视频广告行业市场发展环境、原生视频广告整体运行态势等，接着分析了原生视频广告行业市场运行的现状，然后介绍了原生视频广告市场竞争格局。随后，报告对原生视频广告做了重点企业经营状况分析，最后分析了原生视频广告行业发展趋势与投资预测。您若想对原生视频广告产业有个系统的了解或者想投资原生视频广告行业，本报告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.一章　2015-2019年中国原生视频广告行业发展综合分析
第.一节 2015-2019年中国原生视频广告市场发展概述
一、原生视频广告价值解析
二、原生视频广告的发展是时代的选择
三、中国原生视频广告收入增长步入快车道
四、中国原生视频广告市场发展特点
五、原生视频广告是门户网站主要收入来源
六、原生视频广告市场发展趋于理性
第二节2015-2019年中国原生视频广告市场价格及盈利分析
一、中国原生视频广告价格偏低
二、原生视频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、原生视频广告盈利模式需创新
五、“看广告利润分成”赢利模式析
第三节2015-2019年中国原生视频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年中国原生视频广告市场存在问题
一、原生视频广告期待结束“霸王时代”
二、数字媒体营销出现长尾效应
三、中国原生视频广告业点击欺诈状况及案例分析
四、原生视频广告年增长率差偏小
五、原生视频广告市场专业评测发展不充分
第五节2015-2019年中国原生视频广告市场发展策略分析
一、原生视频广告迅猛增长在于内涵的拓展
二、国内原生视频广告的几个发展方向分析
三、原生视频广告形式需创新
四、中国原生视频广告行业需要技术支撑

第二章2015-2019年中国原生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(季度更新)
二、消费价格指数CPI、PPI（按月度更新）
三、全国居民收入情况（季度更新）
四、恩格尔系数（年度更新）
五、工业发展形势（季度更新）
六、固定资产投资情况（季度更新）
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年中国原生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、北京市原生视频广告管理暂行办法
四、浙江省原生视频广告登记管理暂行办法
第三节 2015-2019年中国原生视频广告产业社会环境分析
一、人口环境分析

二、教育环境分析
三、文化环境分析
四、生态环境分析
五、中国城镇化率
六、居民的各种消费观念和习惯

第三章2015-2019年中国原生视频广告产业运行动态分析
第.一节2015-2019年中国原生视频广告产业发展概述
一、原生视频广告产业特点分析
二、视频业广告模式影响分析
三、中国原生视频广告中原生视频广告最热
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年中国原生视频广告问题对策分析
一、原生视频广告发展阻碍因素分析
二、在线原生视频广告技术尚不成熟
三、原生视频广告大发展尚需时日
四、原生视频广告媒体化才有生机
五、视频网站遭遇盈利难题
六、原生视频广告盈利思路分析

第四章2015-2019年中国原生视频广告产业运行态势分析
第.一节2015-2019年中国原生视频广告产业市场概述
一、原生视频广告的发展应用
二、原生视频广告机会的新拐点
三、中国门户网站迈入视频时代
四、原生视频广告发展意义深远
五、最常见原生视频广告形式
六、网络视频将是原生视频广告增长最快领域

七、2015-2019年美国在线原生视频广告增长
八、cc视频大幅提升传媒业原生视频广告收入
第二节2015-2019年中国原生视频广告市场进入者分析
一、国内外投资者抢滩网络视频市场
二、国内主要视频网站及其优势
三、视频网站展开激烈广告竞争
四、新浪联合电信共推原生视频广告
五、土豆网获风投欲搭建在线原生视频广告平台
六、Google图谋视频市场打造原生视频广告模式

第五章2015-2019年中国原生视频广告产业市场竞争格局分析
第.一节 原生视频广告与传统媒体广告的竞争
一、原生视频广告与传统广告的对比优势
二、原生视频广告抢食传统广告市场
三、原生视频广告商之间加速洗牌
四、原生视频广告市场有望超越报纸广告
五、原生视频广告市场份额超过户外广告
第二节 2015-2019年中国原生视频广告市场竞争现状分析
一、小区楼宇原生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、原生视频广告市场进入竞争“战国时代”
四、IT巨头在原生视频广告市场“攻城掠地”
第三节2015-2019年中国原生视频广告提升竞争力策略分析

第六章2015-2019年中国原生视频广告公司分析
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Ad Forward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、华扬联众业务经营状况
四、华扬联众与分众的竞争分析
第三节　麒润
一、公司简介
二、麒润广告联盟
三、麒润优势及发展状况
四、麒润科技的“一网天下”原生视频广告业务系统支持平台
第四节 热点
一、热点简介
二、热点广告以创新求发展
三、原生视频广告服务“热点模式”解析

第七章　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、互联网行业的大危机解析

二、制约中国互联网业发展的几大因素
三、中国互联网发展过程中存在的问题及对策
四、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

第八章 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、2015-2019年中国广告市场价值分析
三、中国广告市场的投放额
四、2015-2019年广告行业人才供求情况
五、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目管理
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

第九章　2022-2028年中国原生视频广告发展前景预测分析
第.一节2022-2028年中国原生视频广告发展趋势分析
一、中国原生视频广告业发展趋势分析
二、2015-2019年中国原生视频广告市场预测
三、2022-2028年中国原生视频广告市场规模预测
第二节2022-2028年中国原生视频广告业前景预测分析
一、原生视频广告前景展望分析
二、原生视频广告市场规模预测分析
三、原生视频广告竞争格局预测分析
第三节2022-2028年中国原生视频广告业盈利预测分析

第十章2022-2028年中国原生视频广告投资机会与风险分析（）
第.一节2022-2028年中国原生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、原生视频广告公司资本运作频繁凸显行业价值
第二节 2022-2028年中国原生视频广告投资风险分析
一、流量之争引发原生视频广告市场风险思考
二、原生视频广告市场风险分析
第三节 2022-2028年中国原生视频广告投资建议

图表目录：

图表：互联网的理念、体系构架和相关特性
图表：互联网应用的三个阶段
图表：互联网不同应用阶段的典型特征
图表：互联网缩略语及全称对照
图表：全世界因特网使用人口统计数字
图表：前20个因特网用户最多的国家
图表：互联网上使用的十大语言
图表：法国互联网发展状况
图表：互联网使用统计结果
图表：世界互联网使用统计数据
图表：中国互联网普及率
图表：中国网站数量增长情况
图表：中国不同上网方式网民规模
图表：2015-2019年中国GDP总量及增长趋势图
图表：2015-2019中国月度CPI、PPI指数走势图
图表：2015-2019年中国城镇居民可支配收入增长趋势图
图表：2015-2019年中国农村居民人均纯收入增长趋势图
图表：2015-2019中国城乡居民恩格尔系数走势图
图表：2015-2019年中国工业增加值增速统计
图表：2015-2019年中国全社会固定投资额走势图
图表：2015-2019年中国财政收入支出走势图 单位：亿元

图表：近期人民币汇率中间价（对美元）
图表：2015-2019中国货币供应量月度数据统计
图表：2015-2019年中国外汇储备走势图
图表：2015-2019年央行存款利率调整统计表
图表：2015-2019年央行贷款利率调整统计表
图表：中国历年存款准备金率调整情况统计表
图表：2015-2019年中国社会消费品零售总额增长趋势图
图表：2015-2019年中国货物进出口总额走势图
图表：2015-2019年中国货物进口总额和出口总额走势图
图表：2015-2019年中国人口出生率、死亡率及自然增长率走势图
图表：2015-2019年中国总人口数量增长趋势图
图表：2019年人口数量及其构成
图表：2015-2019年中国普通高等教育、中等职业教育及普通高中招生人数走势图
图表：2015-2019年中国广播和电视节目综合人口覆盖率走势图
图表：2015-2019年中国城镇化率走势图
图表：2015-2019年中国研究与试验发展（R&D）经费支出走势图
图表：全球原生视频广告支出前50家广告主行业分布情况
图表：2015-2019年法国原生视频广告市场规模
更多图表见正文.....

详细请访问：http://www.cction.com/report/202110/243395.html