

# 2024-2030年中国视频广告 行业发展趋势与行业竞争对手分析报告

## 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

《2024-2030年中国视频广告行业发展趋势与行业竞争对手分析报告》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/202401/433341.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《2024-2030年中国视频广告行业发展趋势与行业竞争对手分析报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局煤炭综采设备后市场服务行业的重要决策参考依据。 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 1 第一节 视频广告行业概述 1 一、视频广告的定义 1 二、视频广告的投放途径 2 三、视频广告的营销策略 12 四、视频广告的基本特点 15 五、视频广告的发展历程 16 第二节 视频广告的创作 25 一、视频广告语言的创新手法 25 二、视频广告与传统民族文化的融合 27 三、视频广告的创意 32 第三节 视频广告行业发展现状概况 35 第二章 中国互联网广告市场发展综合分析 36 第一节 中国互联网广告市场发展概述 36 一、互联网广告价值解析 36 二、网络广告的发展是时代的选择 37 三、中国网络广告收入增长步入快车道 41 四、中国网络广告市场发展特点 42 五、网络广告是门户网站主要收入来源 43 六、网络广告市场发展趋于理性 45 第二节 中国网络广告市场价格及盈利分析 47 一、中国网络广告价格偏低 47 二、网络广告的各种计价方式浅析 48 三、中国网络媒体广告定价方式当优化发展 51 四、互联网广告盈利模式需创新 53 五、“看广告利润分成”赢利模式分析 56 第三节 中国网络广告的精确定营销分析 58 一、精准营销对网站的广告价值的影响 58 二、互联网精准营销时代来临 60 三、精准营销的核心因素分析 61 四、精准广告重新定义营销算术 62 五、精确投放是广告业的发展方向 63 六、定向广告市场总价值预测 65 第四节 中国互联网广告市场存在问题 66 一、互联网广告期待结束“霸王时代” 66 二、数字媒体营销出现长尾效应 68 三、中国网络广告业点击欺诈状况及案例分析 70 四、网络广告年增长率差偏小 75 五、网络广告市场专业评测发展不充分 76 第五节 中国互联网广告市场投资策略分析 78 一、网络广告迅猛增长在于内涵的拓展 78 二、国内网络广告的几个发展方向分析 78 三、网络广告形式需创新 80 四、中国网络广告行业需要技术支撑 80 第三章 中国视频广告产业运行环境分析 82 第一节 中国经济环境分析 82 一、国民经济运行情况GDP(季度更新) 82 二、消费价格指数CPI、PPI（按月度更新） 84 三、全国居民收入情况（季度更新） 85 四、恩格尔系数（年度更新） 85 五、工业发展形势（季度更新） 86 六、固定资产投资情况（季度更新） 86 七、中国汇率调整（人民币升值） 87 八、对外贸易&进出口 88 第二节 中国视频广告产业政策环境分析 91 一、中华人民共和国广告法 91 二、互联网信息服务管理办法 98 三、北京市网络广告管理暂行办法 103 四、浙江省网络广告登记管理暂行办法 107 第三节 中国视频广告产业社会环境分析 109 一、经济环境分析 109 二、人才环境分析 110 三、文化环境分析 110 四、生态环境分析 111 五、法律环境 112 六、中

国城镇化率 112 七、居民的各种消费观念和习惯 114 第四章 中国视频广告产业运行动态分析 116 第一节 中国视频广告产业发展概述 116 一、视频广告产业特点分析 116 二、视频业广告模式分析 118 三、中国互联网广告中视频广告最热 122 第二节 中国富媒体产业发展分析 122 一、富媒体广告的历史及发展形式 122 二、富媒体广告的产业价值分析 124 三、中国富媒体广告营收状况 127 四、富媒体面临发展机遇 128 第三节 中国视频广告问题对策分析 130 一、网络视频广告发展阻碍因素分析 130 二、在线视频广告技术尚不成熟 131 三、网络视频广告大发展尚需时日 133 四、视频广告媒体化才有生机 135 五、视频网站遭遇盈利难题 137 六、视频广告盈利思路分析 138 第五章 中国视频广告产业运行态势分析 141 第一节 中国视频广告产业市场概述 141 一、网络视频广告的发展应用 141 二、网络视频广告机会的新拐点 141 三、中国门户网站迈入视频时代 143 四、网络视频广告发展意义深远 144 五、最常见网络视频广告形式 145 六、网络视频将是网络广告增长最快领域 147 七、美国在线视频广告增长 148 八、cc视频大幅提升传媒业视频广告收入 148 第二节 中国视频广告市场进入者分析 150 一、国内主要视频网站及其优势 150 二、视频网站展开激烈广告竞争 152 三、土豆网获风投欲搭建在线视频广告平台 152 四、Google图谋视频市场打造视频广告模式 153 第二部分 视频广告行业竞争格局 第六章 中国视频广告产业市场竞争格局分析 155 第一节 互联网广告与传统媒体广告的竞争 155 一、网络广告与传统广告的对比优势 155 二、网络广告抢食传统广告市场 157 三、网络广告商之间加速洗牌 158 四、互联网广告市场有望超越报纸广告 159 五、互联网广告市场份额超过户外广告 161 第二节 中国视频广告市场竞争现状分析 162 一、小区楼宇视频广告市场竞争升级 162 二、网络视频有望跻身主流媒广告真正发力 164 三、网络广告市场进入竞争“战国时代” 165 四、IT巨头在网络广告市场“攻城掠地” 168 第三节 中国视频广告提升竞争力策略分析 170 第七章 中国视频广告公司分析 175 第一节 好耶 175 一、公司简介 175 二、好耶企业优势分析 176 三、好耶业务经营及分布 177 四、好耶的智易营销连锁营销模式 177 五、好耶AdForward广告管理系统 179 六、分众传媒收购好耶 184 第二节 北京华扬联众广告公司 185 一、公司简介 185 二、WPP集团收购华扬联众 186 三、华扬联众与分众的竞争分析 186 第三节 麒润 188 一、公司简介 188 二、麒润优势及发展状况 190 三、麒润科技的“一网天下”网络广告业务系统支持平台 191 第四节 中视金桥国际传播集团 193 一、企业概况 193 二、竞争优势分析 194 三、经营状况 195 四、发展战略 197 第三节 中视传媒股份有限公司 198 一、企业概况 198 二、竞争优势分析 201 三、经营状况 202 四、发展战略 204 第八章 国内外互联网产业运行分析 205 第一节 世界互联网产业运行分析 205 一、世界互联网发展史 205 二、互联网发展体系架构解析 206 三、互联网使用率范围概况 208 第二节 世界各地互联网产业状况 212 一、美国的互联网创新发展趋势分析 212 二、欧洲部分国家互联网的发展状况 214 三、韩国互联网产业及政策透析

215 四、日本移动互联网发展状况 221 第三节 中国互联网产业运行分析 223 一、互联网快速融入渗透中国经济社会 223 二、中国国互联网产业发展特点 225 三、中国式创新催生互联网产业新格局 230 四、中国互联网行业走上盈利道路 232 第四节 中国互联网产业问题对策分析 234 一、制约中国互联网业发展的几大因素 234 二、中国互联网发展过程中存在的问题及对策 235 三、无线互联网监管问题解析 241 第五节 未来中国互联网产业趋势预测趋势分析 242 第九章 中国媒体广告行业运行新形势透析 252 第一节 中国广告市场运行综述 252 一、内地广告市场规模分析 252 二、中国广告市场的投放额 253 三、广告行业人才供求情况 254 四、广告市场面临的挑战 255 第二节 中国广告市场分析 256 一、总体情况 256 二、分省市广告花费 257 三、广电总局加强电视购物短片广告和居家购物节目管理 258 第三节 中国广告市场规范情况分析 260 一、中国查处广告违法案件情况 260 二、广告业存在的主要问题探讨 262 三、中国广告行业新的自律规则 264 四、广告行业结盟维护创意版权 268 第三部分 视频广告市场趋势调查与投资分析 第十章 中国视频广告趋势预测分析分析 269 第一节 中国互联网广告发展趋势分析 269 一、中国网络广告业发展趋势分析 269 二、中国网络广告市场分析 273 三、中国网络广告市场预测 275 第二节 中国视频广告业趋势分析分析 276 一、视频广告前景展望分析 276 二、视频广告市场规模预测分析 277 第三节 中国视频广告业盈利预测分析 279 第十一章 中国视频广告投资机会与风险分析 280 第一节 中国视频广告投资机会分析 280 一、中国互联网拥有巨大的资本机遇 280 二、网络广告公司频繁凸显行业价值 282 第二节 中国视频广告投资前景分析 284 一、流量之争引发网络广告市场风险思考 284 二、网络广告市场风险分析 285 第三节 中国互联网广告投资建议 略&bull;&bull;&bull;&bull;完整报告请咨询客服

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202401/433341.html>