

# 2020-2026年中国映前广告行业市场研究分析及投资策略探讨报告

报告大纲

## 一、报告简介

智研咨询发布的《2020-2026年中国映前广告行业市场研究分析及投资策略探讨报告》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/201910/797083.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

映前广告就是在指定的电影院、指定时间内，在所有播放的影片前播放视频广告。映前广告可分为影院映前广告、贴片广告和不属于商业行为的免费电影预告片三种，能够更有效的传播广告信息。

智研咨询发布的《2020-2026年中国映前广告行业市场研究分析及投资策略探讨报告》共十八章。首先介绍了映前广告行业市场发展环境、映前广告整体运行态势等，接着分析了映前广告行业市场运行的现状，然后介绍了映前广告市场竞争格局。随后，报告对映前广告做了重点企业经营状况分析，最后分析了映前广告行业发展趋势与投资预测。您若想对映前广告产业有个系统的了解或者想投资映前广告行业，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：

第一部分项目概述

第一章映前广告行业发展概述

第一节广告简介

一、广告的概念

二、广告的本质特点和要素

三、广告的分类和主要形式

四、广告媒体简介

第二节映前广告

一、映前广告的概念

二、映前广告的划分

三、映前广告的主要功能

四、映前广告媒体

五、映前广告的特征

第二章国外广告行业发展分析

第一节世界广告行业发展概况

一、2019年全球广告经营状况

二、2019年世界广告业排名状况分析

三、2019年世界广告业发展状况

第二节2019年世界广告业发展状况分析

一、2019年世界广告业发展规模分析

二、2019年世界广告业发展特点分析

三、2019年世界广告企业竞争分析

第三节全球广告市场调研

一、全球广告市场格局分析

二、2019年戛纳广告节的开展情况

三、2019年全球广告支出情况分析

四、2019年全球互联网广告开支额

五、2019年欧债危机对广告行业的冲击

六、2015-2019年中国对全球广告市场的贡献

第四节2020-2026年世界广告业发展趋势分析

一、世界广告发展新趋势变化

二、虚拟世界广告趋势预测分析

三、2019年全球广告支出增长

四、2020-2026年全球广告预算情况

五、2020-2026年广告行业趋势预测

第二部分行业调研

第三章世界映前广告业发展分析

第一节世界映前广告市场发展分析

一、2015-2019年全球映前广告市场发展分析

二、2015-2019年全球映前广告开销增长情况

三、2015-2019年全球广告支出情况分析

四、2015-2019年全球映前广告市场动态透析

第二节美国映前广告市场调研

一、美国映前广告的发展

二、2015-2019年美国互联网广告的收入情况

三、2015-2019年美国在线广告收入情况分析

四、2015-2019年美国映前广告市场在中国情况

五、2015-2019年美国映前广告市场竞争格局

第三节欧洲映前广告市场调研

一、欧洲映前广告市场特点分析

二、2015-2019年欧洲互联网广告的收入情况

三、2015-2019年欧洲在线广告收入情况分析

四、2015-2019年欧洲映前广告市场规模情况

五、2015-2019年欧洲映前广告市场竞争格局

#### 第四节日本映前广告市场状况

- 一、日本广告市场状况分析
- 二、2015-2019年日本移动互联网广告的收入情况
- 三、2015-2019年日本网络在线广告收入情况分析
- 四、2015-2019年日本映前广告市场规模情况
- 五、2015-2019年日本映前广告市场竞争格局

#### 第五节韩国映前广告发展状况

- 一、韩国映前广告市场特点分析
- 二、2015-2019年韩国移动广告的收入情况
- 三、2015-2019年韩国在线广告收入情况分析
- 四、2015-2019年韩国映前广告市场情况
- 五、2015-2019年韩国映前广告与韩国文化

#### 第四章我国广告行业发展现状

##### 第一节中国广告行业综合状况分析

- 一、中国本土广告业发展现状
- 二、中国广告产业在外资重压下发展
- 三、中国本土广告公司的swot分析
- 四、国家政策促进广告业发展

##### 第二节我国广告市场发展分析

- 一、2015-2019年中国广告发展现状
- 二、2019年内地广告市场规模分析
- 三、2019年中国广告市场价值分析
- 四、2019年中国广告市场的投放额
- 五、2019年广告行业人才供求情况
- 六、2019年广告市场面临的挑战

##### 第三节我国广告市场规范情况

- 一、2019年中国查处广告案件情况
- 二、2019年广告业存在的主要问题探讨
- 三、2019年中国广告行业新的自律规则
- 四、2019年广告行业结盟维护创意版权

#### 第五章我国映前广告行业发展分析

##### 第一节映前广告发展现状分析

- 一、2019年互联网广告现状发展分析
- 二、2019年中国映前广告发展分析

##### 第二节中国互联网广告市场发展分析

- 一、互联网广告价值解析
- 二、映前广告的发展是时代的选择
- 三、中国映前广告收入增长步入快车道
- 四、中国映前广告市场发展特点
- 五、映前广告市场发展趋于理性
- 第三节中国映前广告市场价格及盈利分析
  - 一、中国映前广告价格情况分析
  - 二、映前广告的各种计价方式分析
  - 三、中国网络媒体广告定价方式发展
  - 四、互联网广告盈利模式创新分析
- 第四节互联网广告市场存在问题
  - 一、互联网广告市场竞争中的问题
  - 二、数字媒体营销出现的问题分析
  - 三、中国映前广告中欺诈行为分析
- 第三部分市场调研
- 第六章我国映前广告市场调研
  - 第一节2019年中国映前广告市场调研
    - 一、整体花费情况分析
    - 二、各业广告投放情况
    - 三、广告主的竞争情况
  - 第二节2019年中国映前广告市场调研
    - 一、整体花费情况分析
    - 二、各业广告投放情况
    - 三、广告主的竞争情况
  - 第三节2019年中国映前广告市场调研
    - 一、2019年四大门户网站广告收入情况
    - 二、2019年中国映前广告市场规模情况
    - 三、2019年中国网络展示广告市场价值
    - 四、2019年房地产行业映前广告的投放
    - 五、2019年汽车行业映前广告投放情况
- 第七章中国映前广告受众及投放分析
  - 第一节映前广告的投放原因及特点
    - 一、投放映前广告的原因
    - 二、映前广告在广告媒体中的地位
    - 三、映前广告接受度情况分析

#### 四、制约映前广告发展的因素

##### 第二节映前广告受众分析

###### 一、受众接触映前广告的黄金时间

###### 二、受众最感兴趣的广告形式

###### 三、受众最感兴趣的广告内容

##### 第三节影响映前广告投放的要素分析

###### 一、影响映前广告投放宏观因素分析

###### 二、吸引受众的最重要的要素

###### 三、消费热点决定记忆程度

#### 第八章中国映前广告主分析

##### 第一节我国映前广告主分布情况

###### 一、2015-2019年映前广告主数量情况分析

###### 二、2015-2019年映前广告主投放费用分析

###### 三、2015-2019年映前广告主区域分布情况

##### 第二节细分行业映前广告投放分析

###### 一、2015-2019年交通汽车类广告主映前广告投放分析

###### 二、2015-2019年it产品类广告主映前广告投放分析

###### 三、2015-2019年旅游广告主映前广告投放分析

###### 四、2015-2019年通讯服务类广告主映前广告投放分析

#### 第九章2015-2019年中国映前广告产业运行动态分析

##### 第一节2015-2019年中国映前广告产业发展概述

###### 一、映前广告产业特点分析

###### 二、视频业广告模式影响分析

###### 三、中国互联网广告中映前广告最热

##### 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年中国映前广告问题对策分析

###### 一、网络映前广告发展阻碍因素分析

###### 二、在线映前广告技术尚不成熟

###### 三、网络映前广告大发展尚需时日

###### 四、映前广告媒体化才有生机

###### 五、视频网站遭遇盈利难题

## 六、映前广告盈利思路分析

### 第十章中国映前广告市场竞争分析

#### 第一节互联网广告与映前广告的竞争

##### 一、映前广告与传统广告的对比较优势

##### 二、映前广告与传统广告市场竞争分析

##### 三、映前广告与报纸广告市场竞争分析

##### 四、映前广告与户外广告市场竞争分析

#### 第二节映前广告市场竞争现状

##### 一、映前广告市场竞争格局分析

##### 二、2015-2019年映前广告市场竞争分析

### 第十一章映前广告企业竞争策略分析

#### 第一节映前广告市场竞争策略分析

##### 一、2019年映前广告市场增长潜力分析

##### 二、2019年映前广告主要潜力品种分析

##### 三、现有映前广告产品竞争策略分析

##### 四、潜力映前广告品种竞争策略选择

##### 五、典型企业产品竞争策略分析

#### 第二节映前广告企业竞争策略分析

##### 一、2020-2026年我国映前广告市场竞争趋势

##### 二、2020-2026年映前广告行业竞争格局展望

##### 三、2020-2026年映前广告行业竞争策略分析

##### 四、2020-2026年映前广告企业竞争策略分析

### 第十二章2015-2019年中国映前广告重点区域市场调研

#### 第一节北京映前广告市场

##### 一、北京映前广告投放规模

##### 二、北京映前广告投放时间特征分析

##### 三、映前广告受众分析

##### 四、映前广告投放行业特征分析

##### 五、投放映前广告的主要品牌分布

#### 第二节上海映前广告市场

##### 一、上海映前广告投放规模

##### 二、上海映前广告投放时间特征分析

##### 三、映前广告受众分析

##### 四、映前广告投放行业特征分析

##### 五、投放映前广告的主要品牌分布



### 第三节广州映前广告市场

- 一、广州映前广告投放规模
- 二、广州映前广告投放时间特征分析
- 三、映前广告受众分析
- 四、映前广告投放行业特征分析
- 五、投放映前广告的主要品牌分布

### 第十三章中国映前广告公司分析

#### 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"网络广告业务系统支持平台

### 第四部分前景分析

#### 第十四章映前广告行业发展趋势分析

##### 第一节中国广告行业发展趋势分析

- 一、中国广告业发展新动向
- 二、2019年中国广告市场趋势解析
- 三、2020-2026年中国广告行业趋势预测
- 四、2020-2026年中国对全球广告市场的推动
- 五、2019年中国广告市场发展新媒体趋势

##### 第二节中国映前广告市场趋势前景分析

- 一、中国映前广告市场趋势预测
- 二、中国映前广告市场潜力分析

### 三、中国映前广告发展趋势分析

#### 第十五章未来映前广告行业发展

##### 第一节2020-2026年国际映前广告市场

- 一、2020-2026年全球映前广告行业供给
- 二、2020-2026年全球映前广告市场需求前景
- 三、2020-2026年全球映前广告市场价格

##### 第二节映前广告市场发展

- 一、2020-2026年全球主要映前广告市场发展
- 二、2019年我国主要形式映前广告市场调研
- 三、2020-2026年中国映前广告发展趋势
- 四、2020-2026年中国映前广告市场规模
- 五、2020-2026年游戏内置广告发展趋势分析
- 六、2020-2026年我国网盟广告市场发展

##### 第三节2020-2026年国内映前广告市场

- 一、2020-2026年国内映前广告行业供给
- 二、2020-2026年国内映前广告市场需求前景
- 三、2020-2026年国内映前广告市场价格
- 四、2020-2026年国内映前广告行业集中度

#### 第五部分投资分析

#### 第十六章映前广告行业投资现状分析

##### 第一节2019年映前广告行业投资情况分析

- 一、2019年总体投资及结构
- 二、2019年投资规模情况
- 三、2019年投资增速情况

##### 第二节2019年广告行业投资情况分析

- 一、2019年总体投资及结构
- 二、2019年投资规模情况
- 三、2019年投资增速情况

#### 第十七章映前广告行业投资环境分析

##### 第一节经济发展环境分析

- 一、2015-2019年我国宏观经济运行情况
- 二、2020-2026年我国宏观经济形势分析
- 三、2020-2026年投资前景及其影响

##### 第二节政策法规环境分析

- 一、2019年映前广告行业政策环境

二、2019年国内宏观政策对其影响

三、2019年行业产业政策对其影响

第三节社会发展环境分析

一、国内社会环境发展现状

二、2019年社会环境发展分析

三、2020-2026年社会环境对行业的影响分析

第十八章映前广告行业投资机会与风险（ZYZS）

第一节映前广告行业投资效益分析

一、2015-2019年映前广告行业投资状况分析

二、2020-2026年映前广告行业投资效益分析

三、2020-2026年映前广告行业投资前景

四、2020-2026年映前广告行业的投资方向

五、新进入者应注意的障碍因素分析

第二节影响映前广告行业发展的主要因素

一、2020-2026年影响映前广告行业运行的有利因素分析

二、2020-2026年影响映前广告行业运行的稳定因素分析

三、2020-2026年影响映前广告行业运行的不利因素分析

四、2020-2026年我国映前广告行业发展面临的挑战分析

五、2020-2026年我国映前广告行业发展面临的机遇分析

第三节映前广告行业投资前景及控制策略分析

一、2020-2026年映前广告行业市场风险及控制策略

二、2020-2026年映前广告行业政策风险及控制策略

三、2020-2026年映前广告行业经营风险及控制策略

四、2020-2026年映前广告行业技术风险及控制策略

五、2020-2026年映前广告同业竞争风险及控制策略

六、2020-2026年映前广告行业其他风险及控制策略

七、投资建议

部分图表目录：

图表：2019年全球票房收入情况

图表：2019年中国广告花费情况

图表：2015-2019年各媒体广告资源量变化情况分析

图表：2019年中国广告行业花费分析

图表：2019年中国品牌广告花费分析

图表：2019年全国各业广告投放数量分析

图表：2019年全国各业广告投放比率分析

图表：2015-2019年中国四大门户网站广告收入增速

图表：2015-2019年中国互联网广告市场规模

图表：2015-2019年中国网络广告细分媒体市场结构趋势

图表：2019年房地产映前广告投放比率分析

图表：2019年全国汽车映前广告投放比率分析

图表：2015-2019年各行业映前广告投放分析

图表：2015-2019年交通汽车类广告主映前广告投放分析

图表：2015-2019年it类广告主映前广告投放分析

图表：2015-2019年旅游类广告主映前广告投放分析

图表：2015-2019年通讯类广告主映前广告投放分析

图表：2015-2019年美国移动视频广告支出分析

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201910/797083.html>