

2018-2024年中国贴片广告行业市场评估及发展趋势研究报告

报告大纲

智研咨询

www.chyxx.com

一、报告简介

智研咨询发布的《2018-2024年中国贴片广告行业市场评估及发展趋势研究报告》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/201801/602960.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

贴片广告分为：电视贴片广告、电影贴片广告、网络视频贴片广告等。

电视贴片广告是指将广告随着电视剧在各电视台热播的广告形式，包括片头和片尾。

电影贴片广告是指将企业产品广告或企业形象广告与影片一同拷贝，在电影放映前播出的广告。随着数字化技术的发展和数字电影的普及，有一些电影贴片广告不再以胶片为载体、以拷贝为放映方式，而以数字文件形式放映或通过网络、卫星直接传送到影院等放映单位。网络视频贴片广告指的是在视频片头片尾或插片播放的广告，以及背景广告等等。作为最早的网络视频营销方式，贴片广告可以算是电视广告的延伸，其背后的运营逻辑依然是媒介的二次售卖原理。

贴片广告是主要的视频广告内容形式，单价趋稳，未来增长主要来自视频流量的增长。目前视频网站广告的主要份额来自于视频贴片广告，其中最主要的是前贴片广告。从价格上看，三大视频网站的多屏（PC+移动+TV）前贴片广告价格2017年约为40-130元，整体看相比2014年的价格涨幅约为30%左右，每年涨幅不足10%，预计未来在互联网获客成本逐步提高的背景下，贴片广告价格有望进一步攀升。

2017年10月中国网民通过平台获取资讯渗透率单位：百分比

数据来源：公开资料整理

智研咨询发布的《2018-2024年中国贴片广告行业市场评估及发展趋势研究报告》共十四章。首先介绍了贴片广告相关概念及发展环境，接着分析了中国贴片广告规模及消费需求，然后对中国贴片广告市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国贴片广告面临的机遇及发展前景。若您想对中国贴片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：

第一章 贴片广告行业相关基础概述

1.1 贴片广告的定义及分类

1.1.1 贴片广告的界定

1.1.2 贴片广告的分类

1.1.3 贴片广告的特性

1.2 贴片广告行业特点分析

1.2.1 市场特点分析

1.2.2 行业经济特性

1.2.3 行业发展周期分析

1.2.4 行业进入风险

1.2.5 行业成熟度分析

第二章 2014-2017年中国贴片广告行业市场发展环境分析

2.1 中国贴片广告行业经济环境分析

2.1.1 中国经济运行情况

1、国民经济运行情况GDP

2、消费价格指数CPI、PPI

3、全国居民收入情况

4、恩格尔系数

5、工业发展形势

6、固定资产投资情况

2.1.2 经济环境对行业的影响分析

2.2 中国贴片广告行业政策环境分析

2.2.1 行业监管环境

1、行业主管部门

2、行业监管体制

2.2.2 行业政策分析

1、主要法律法规

2、相关发展规划

2.2.3 政策环境对行业的影响分析

2.3 中国物流行业总体发展情况

2.3.1 物流总额情况分析

2.3.2 物流总费用情况分析

2.3.3 物流业增加值情况分析

2.3.4 物流固定资产投资分析

2.3.5 物流业景气情况分析

第三章 中国贴片广告行业上、下游产业链分析

3.1 贴片广告行业产业链概述

3.1.1 产业链定义

3.1.2 贴片广告行业产业链

3.2 贴片广告行业主要上游产业发展分析

3.2.1 上游产业发展现状

3.2.2 上游产业供给分析

3.2.3 上游供给价格分析

3.2.4 主要供给企业分析

3.3 贴片广告行业主要下游产业发展分析

3.3.1 下游产业发展现状

3.3.2 下游产业需求分析

3.3.3 下游主要需求企业分析

3.4 中国贴片广告行业业务量情况分析

3.4.1 贴片广告业务量走势

3.4.2 业务量产品结构分析

3.4.3 业务量区域结构分析

3.4.4 业务量企业结构分析

第四章 国际贴片广告行业市场发展分析

4.1 2014-2017年国际贴片广告行业发展现状

4.1.1 国际贴片广告行业发展现状

4.1.2 国际贴片广告行业发展规模

4.1.3 国际贴片广告主要技术水平

4.2 2014-2017年国际贴片广告市场研究

4.2.1 国际贴片广告市场特点

4.2.2 国际贴片广告市场结构

4.2.3 国际贴片广告市场规模

4.3 2014-2017年国际区域贴片广告行业研究

4.3.1 欧洲

4.3.2 美国

4.3.3 日韩

4.4 2018-2024年国际贴片广告行业发展展望

4.4.1 国际贴片广告行业发展趋势

4.4.2 国际贴片广告行业规模预测

4.4.3 国际贴片广告行业发展机会

第五章 2014-2017年中国贴片广告行业发展概述

5.1 中国贴片广告行业发展状况分析

目前贴片广告仍是较为重要的在线视频广告类型，其占比达71.6%，但未来视频广告市场逐渐成熟，以及付费会员可免看贴片广告，因此伴随付费率的提升，贴片广告市场增速将有所放缓，但由于中国视频门户累积高流量及网络视频广告多样性的特点，视频端广告市场不会伴随视频内容付费市场的扩容而挤压视频广告市场，如植入广告、各类创意营销广告等有望成长，据数据显示2019年我国视频广告市场有望达到659亿元，年复合增速超过25%。

2014-2017Q1专业内容点击统计及同比增速

数据来源：公开资料整理

2012-2019年我国贴片广告市场

数据来源：公开资料整理

5.1.1 中国贴片广告行业发展阶段

5.1.2 中国贴片广告行业发展总体概况

5.1.3 中国贴片广告行业发展特点分析

5.2 2014-2017年贴片广告行业发展现状

5.2.1 2014-2017年中国贴片广告行业发展热点

5.2.2 2014-2017年中国贴片广告行业发展现状

5.2.3 2014-2017年中国贴片广告企业发展分析

5.3 中国贴片广告行业细分市场概况

5.3.1 市场细分充分程度

5.3.2 细分市场结构分析

5.3.3 电商贴片广告市场

5.3.4 同城贴片广告服务市场

5.3.5 国际件贴片广告市场

5.4 中国贴片广告行业发展问题及对策建议

5.4.1 中国贴片广告行业发展制约因素

5.4.2 中国贴片广告行业存在问题分析

5.4.3 中国贴片广告行业发展对策建议

第六章 中国贴片广告行业运行指标分析及预测

6.1 中国贴片广告行业企业数量分析

6.1.1 2014-2017年中国贴片广告行业企业数量情况

6.1.2 2014-2017年中国贴片广告行业企业竞争结构

6.2 2014-2017年中国贴片广告行业财务指标总体分析

6.2.1 行业盈利能力分析

6.2.2 行业偿债能力分析

6.2.3 行业营运能力分析

6.2.4 行业发展能力分析

6.3 中国贴片广告行业市场规模分析及预测

6.3.1 2014-2017年中国贴片广告行业市场规模分析

6.3.2 2018-2024年中国贴片广告行业市场规模预测

6.4 中国贴片广告行业市场供需分析及预测

6.4.1 中国贴片广告行业市场供给分析

- 1、2014-2017年中国贴片广告行业市场供给规模分析
- 2、2018-2024年中国贴片广告行业市场供给规模预测

6.4.2 中国贴片广告行业市场的需求分析

- 1、2014-2017年中国贴片广告行业市场的需求规模分析
- 2、2018-2024年中国贴片广告行业市场的需求规模预测

第七章 中国互联网+贴片广告行业发展现状及前景

7.1 互联网给贴片广告行业带来的冲击和变革分析

- 7.1.1 互联网时代贴片广告行业大环境变化分析
- 7.1.2 互联网给贴片广告行业带来的突破机遇分析
- 7.1.3 互联网给贴片广告行业带来的挑战分析
- 7.1.4 互联网+贴片广告行业融合创新机会分析

7.2 中国互联网+贴片广告行业市场的发展现状分析

7.2.1 中国互联网+贴片广告行业投资布局分析

- 1、中国互联网+贴片广告行业投资切入方式
- 2、中国互联网+贴片广告行业投资规模分析
- 3、中国互联网+贴片广告行业投资业务布局

7.2.2 贴片广告行业目标客户互联网渗透率分析

7.2.3 中国互联网+贴片广告行业市场规模分析

7.2.4 中国互联网+贴片广告行业竞争格局分析

- 1、中国互联网+贴片广告行业参与者结构
- 2、中国互联网+贴片广告行业竞争者类型
- 3、中国互联网+贴片广告行业市场占有率

7.3 中国互联网+贴片广告行业市场发展前景分析

7.3.1 中国互联网+贴片广告行业市场增长动力分析

7.3.2 中国互联网+贴片广告行业市场发展瓶颈剖析

7.3.3 中国互联网+贴片广告行业市场发展趋势分析

第八章 中国贴片广告需求市场调查

8.1 中国电子商务市场分析

8.1.1 电子商务市场交易规模

8.1.2 电子商务市场行业分布

8.1.3 移动电子商务市场分析

8.1.4 移动电子商务交易规模

8.1.5 移动电子商务用户规模

- 1、手机网民规模
- 2、移动互联网流量
- 3、移动电子商务企业规模占比
- 8.2 中国互联网外卖市场分析
 - 8.2.1 互联网外卖发展历程
 - 8.2.2 互联网外卖市场规模
 - 8.2.3 互联网外卖系统构成
 - 8.2.4 互联网外卖贴片广告成本结构
 - 8.2.5 互联网外卖的贴片广告路径优化
- 8.3 中国海淘市场分析
 - 8.3.1 海淘市场发展历程
 - 8.3.2 海淘市场规模
 - 8.3.3 海淘贴片广告成本结构
 - 8.3.4 阻碍海淘发展的贴片广告因素
 - 8.3.5 优化海淘贴片广告路径的策略
- 第九章 中国贴片广告行业市场竞争格局分析
 - 9.1 中国贴片广告行业竞争格局分析
 - 9.1.1 贴片广告行业区域分布格局
 - 9.1.2 贴片广告行业企业规模格局
 - 9.1.3 贴片广告行业企业性质格局
 - 9.2 中国贴片广告行业竞争五力分析
 - 9.2.1 贴片广告行业上游议价能力
 - 9.2.2 贴片广告行业下游议价能力
 - 9.2.3 贴片广告行业新进入者威胁
 - 9.2.4 贴片广告行业替代产品威胁
 - 9.2.5 贴片广告行业现有企业竞争
 - 9.3 中国贴片广告行业竞争SWOT分析
 - 9.3.1 贴片广告行业优势分析（S）
 - 9.3.2 贴片广告行业劣势分析（W）
 - 9.3.3 贴片广告行业机会分析（O）
 - 9.3.4 贴片广告行业威胁分析（T）
 - 9.4 中国贴片广告行业投资兼并重组整合分析
 - 9.4.1 投资兼并重组现状
 - 9.4.2 投资兼并重组案例
 - 9.5 中国贴片广告行业竞争策略建议

第十章 中国贴片广告行业领先企业竞争力分析

10.1 华扬联众

10.1.1 企业发展基本情况

10.1.2 企业主营业务分析

10.1.3 企业竞争优势分析

10.1.4 企业经营状况分析

10.1.5 企业最新发展动态

10.1.6 企业发展战略分析

10.2 光线传媒

10.2.1 企业发展基本情况

10.2.2 企业主营业务分析

10.2.3 企业竞争优势分析

10.2.4 企业经营状况分析

10.2.5 企业最新发展动态

10.2.6 企业发展战略分析

10.3 中南传媒

10.3.1 企业发展基本情况

10.3.2 企业主营业务分析

10.3.3 企业竞争优势分析

10.3.4 企业经营状况分析

10.3.5 企业最新发展动态

10.3.6 企业发展战略分析

10.4 慈文传媒

10.4.1 企业发展基本情况

10.4.2 企业主营业务分析

10.4.3 企业竞争优势分析

10.4.4 企业经营状况分析

10.4.5 企业最新发展动态

10.4.6 企业发展战略分析

10.5 南方传媒

10.5.1 企业发展基本情况

10.5.2 企业主营业务分析

10.5.3 企业竞争优势分析

10.5.4 企业经营状况分析

10.5.5 企业最新发展动态

10.5.6 企业发展战略分析

第十一章 2018-2024年中国贴片广告行业发展趋势与投资机会研究

11.1 2018-2024年中国贴片广告行业市场发展潜力分析

11.1.1 中国贴片广告行业市场空间分析

11.1.2 中国贴片广告行业竞争格局变化

11.1.3 中国贴片广告行业互联网+前景

11.2 2018-2024年中国贴片广告行业发展趋势分析

11.2.1 中国贴片广告行业品牌格局趋势

11.2.2 中国贴片广告行业渠道分布趋势

11.2.3 中国贴片广告行业市场趋势分析

11.3 2018-2024年中国贴片广告行业投资机会与建议

11.3.1 中国贴片广告行业投资前景展望

11.3.2 中国贴片广告行业投资机会分析

11.3.3 中国贴片广告行业投资建议

第十二章 2018-2024年中国贴片广告行业投资分析与风险规避

12.1 中国贴片广告行业关键成功要素分析

12.2 中国贴片广告行业投资壁垒分析

12.3 中国贴片广告行业投资风险与规避

12.3.1 宏观经济风险与规避

12.3.2 行业政策风险与规避

12.3.3 上游市场风险与规避

12.3.4 市场竞争风险与规避

12.3.5 技术风险分析与规避

12.3.6 下游需求风险与规避

12.4 中国贴片广告行业融资渠道与策略

12.4.1 贴片广告行业融资渠道分析

12.4.2 贴片广告行业融资策略分析

第十三章 2018-2024年中国贴片广告行业盈利模式与投资战略规划分析

13.1 国外贴片广告行业投资现状及经营模式分析

13.1.1 境外贴片广告行业成长情况调查

13.1.2 经营模式借鉴

13.1.3 国外投资新趋势动向

13.2 中国贴片广告行业商业模式探讨

13.2.1 行业主要商业模式

13.2.2 自建模式（ZYZF）

13.2.3 特许加盟模式

13.2.4 代理模式

13.3 中国贴片广告行业投资发展战略规划

13.3.1 战略优势分析

13.3.2 战略机遇分析

13.3.3 战略规划目标

13.3.4 战略措施分析

13.4 最优投资路径设计

13.4.1 投资对象

13.4.2 投资模式

13.4.3 预期财务状况分析

13.4.4 风险资本退出方式

第十四章 研究结论及建议

14.1 研究结论

14.2 投资建议

14.2.1 行业发展策略建议

14.2.2 行业投资方向建议

14.2.3 行业投资方式建议 (ZYZF)

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201801/602960.html>