2020-2026年中国网络视频广告行业市场竞争状况及投资机会分析报告

报告大纲

智研咨询
www.chyxx.com

一、报告简介

智研咨询发布的《2020-2026年中国网络视频广告行业市场竞争状况及投资机会分析报告》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/201911/803790.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

网络视频广告是采用先进数码技术将传统的视频广告融入于网络中，构建企业可用于在线直播实景的网上视频展台。

2017年中国互联网广告总收入为2995亿元，2018年互联网广告总收入为3694亿元，同比增长23.3%。

2016-2018年中国互联网广告营业额及同比增长

2017-2018年中国移动端广告收入占比

智研咨询发布的《2020-2026年中国网络视频广告行业市场竞争状况及投资机会分析报告》共十章。首先介绍了中国网络视频广告行业市场发展环境、网络视频广告整体运行态势等，接着分析了中国网络视频广告行业市场运行的现状，然后介绍了网络视频广告市场竞争格局。随后，报告对网络视频广告做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国网络视频广告行业发展趋势与投资预测。您若想对网络视频广告产业有个系统的了解或者想投资中国网络视频广告行业，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 中国网络视频广告行业发展环境分析
第一节 网络视频广告行业及属性分析
一、行业定义
二、国民经济依赖性
三、经济类型属性
第二节 经济发展环境
第三节 政策发展环境
第四节 社会发展环境
第二章 中国网络视频广告所属行业发展分析
第一节 中国网络视频广告所属行业的发展概况
一、网络视频广告行业对国民经济和社会发展的贡献
二、2019年中国网络视频广告行业政策环境综述
第二节 2015-2019年中国网络视频广告行业的发展
一、2015-2019年中国网络视频广告行业的运行分析

二、2019年网络视频广告行业经济运行分析
第三节 中国网络视频广告行业发展存在的问题
一、我国网络视频广告供需值得关注的问题
二、网络视频广告行业发展亟需解决的问题
第四节 中国网络视频广告行业的发展对策
第三章 中国网络视频广告所属行业经济运行分析
第一节 2015-2019年中国网络视频广告行业市场规模
第二节 2015-2019年中国网络视频广告行业区域结构
第三节 2015-2019年中国网络视频广告行业规模结构
第四章 中国网络视频广告区域行业市场评估
第一节 东北地区
一、2015-2019年行业发展环境分析
二、2015-2019年行业发展现状分析
三、2015-2019年市场供需现状分析
四、2020-2026年市场发展趋势分析
第二节 华北地区
一、2015-2019年行业发展环境分析
二、2015-2019年行业发展现状分析
三、2015-2019年市场供需现状分析
四、2020-2026年市场发展趋势分析
第三节 华东地区
一、2015-2019年行业发展环境分析
二、2015-2019年行业发展现状分析
三、2015-2019年市场供需现状分析
四、2020-2026年市场发展趋势分析
第四节 华中地区
一、2015-2019年行业发展环境分析
二、2015-2019年行业发展现状分析
三、2015-2019年市场供需现状分析
四、2020-2026年市场发展趋势分析
第五节 华南地区
一、2015-2019年行业发展环境分析
二、2015-2019年行业发展现状分析
三、2015-2019年市场供需现状分析
四、2020-2026年市场发展趋势分析

第六节 西部地区
一、2015-2019年行业发展环境分析
二、2015-2019年行业发展现状分析
三、2015-2019年市场供需现状分析
四、2020-2026年市场发展趋势分析
第五章 中国网络视频广告所属行业盈利现状
第一节 2015-2019年中国网络视频广告所属行业整体运行指标
第二节 2015-2019年中国网络视频广告所属行业成本分析
第三节 2015-2019年中国网络视频广告所属行业产销运存分析
第四节 2015-2019年中国网络视频广告所属行业整体盈利指标
第五节 2015-2019年中国网络视频广告所属行业盈利结构分析
第六章 中国网络视频广告行业重点企业分析
第一节 好耶
一、企业概述
二、企业经营情况
三、企业财务指标
四、企业未来行业前景调研
第二节 北京华扬联众广告公司
一、企业概述
二、企业经营情况
三、企业财务指标
四、企业未来行业前景调研
第三节 麒润
一、企业概述
二、企业经营情况
三、企业财务指标
四、企业未来行业前景调研
第四节 热点
一、企业概述
二、企业经营情况
三、企业财务指标
四、企业未来行业前景调研
第七章 中国网络视频广告行业投资状况分析
第一节 网络视频广告行业投资优劣势分析
一、投资优势分析

二、投资劣势分析
第二节 网络视频广告行业投资概述
一、2015-2019年投资规模
二、2015-2019年投资结构
第三节 网络视频广告行业投资机会分析
一、网络视频广告行业投资项目分析
二、细分行业投资机会
三、上下游投资机会
第四节 网络视频广告行业前景调研分析
一、行业市场趋势预测分析
二、行业市场蕴藏的商机
第八章 中国网络视频广告行业发展趋势与规划建议
第一节 中国网络视频广告市场趋势预测
一、2020-2026年我国网络视频广告市场趋势总结
二、2020-2026年我国网络视频广告发展趋势分析

网络视频广告发展趋势 1 OTT将成为覆盖目标受众的必备工具 考虑到美国有线电视服务的高成本，用户正在追寻更加实惠的数字服务。近三分之一的成年人选择了无线的服务方式，他们通过新的OTT服务观看传统电视内容。对于广告媒体来说，这一趋势意味着，对于任何视频内容的营销活动，有线电视播出后的内容分发对扩大传播覆盖面来说都是必不可少的。在这些环境中，目标定位仍然是一个挑战。在没有个人身份识别信息的状态下，可以有成千上百种的OTT服务和连接。幸运的是，内容供应方正在进行创新，以更好地规划内容并提高目标受众覆盖面。 2 传统付费电视将继续影响视频行业 尽管OTT服务在不断地增长，但有线电视服务仍然是行业的主导力量。研究数据显示，付费电视每天的平均收视时间接近5个小时，而长篇CTV节目内容只有46分钟。有线电视供应商还通过投资许多热门的数字平台，从流失的用户手中获得价值，这些平台包括Hulu(Comcast投资)、SlingTV(Dish投资)、fuboTV(AMCNetworks和21stCenturyFox投资)。当下越来越明显的趋势是，传统电视远未消亡，而是正在经历一个重大的转折点。预计2019年将会有更多的广播节目制作人在不同的设备和平台上重新打包他们的资源以简化购买者的操作流程。这些传统媒体公司也将更加精明地与广告技术伙伴合作，促进更大规模数据的激活，使品牌能够针对不同的受众特点个性化视频内容。 3 用户的期望变化将驱使广告交易和投放方式的创新 电视上有无数的视频可供选择，消费者越来越不能容忍无关紧要或破坏性的广告占用时间。根据Statista的数据，事实上，有近30%的美国消费者正在使用广告拦截器。在未来几个月，媒体可能将付诸更积极的行动来应对用户对广告的消极疲劳情绪，比如美国全国广播公司和福克斯公司决定在2019年削减广告总时长，转而使用侵入性更低、价值更高的广告产品。尽管传统上电视广告商关注更多的是被投放广告的节目规模，但现代广告媒体必须更加精打细算，优先考虑广告的

相关性而不再是其覆盖范围。但执行这种个性化的广告活动所需要的第一手数据目前仍然难以激活。广告业内人士将可能看到技术同行推出的解决方案，让买家和卖家利用第三方数据，同时保持这些信息的匿名性和安全性。 4 监管力度的加强将激发数据管理方面的投资 毫无疑问，视频行业的繁荣必定也导致了一些不良现象的产生。考虑到视频的广告投放率较高，这种形式下发生的广告欺诈频率几乎是其他格式的两倍。IAB最近通过ads.txt和ads.cert等协议发起的行动，一定程度上帮助打击了欺诈活动，它可以向买家发送由卖方授权的内存信息，从而防止域名欺骗现象的发生。许多买家和卖家都要求通过供应路径优化(SPO)提高透明度。SPO工具使用算法过滤欺诈性投标请求，简化库存路径，消除了中间商的高昂成本。随着买家开始越来越多地寻求能够提供最高效并确保品牌安全的合作伙伴，在接下来的一年里，供应方平台之间可能会有一场激烈的较量。

第二节 中国网络视频广告市场供给趋势预测
一、2020-2026年网络视频广告产品技术趋势分析
二、2020-2026年网络视频广告产品进口趋势分析
三、2020-2026年网络视频广告产量预测
四、2020-2026年网络视频广告行业市场供给量预测
第三节 中国网络视频广告市场需求趋势预测
一、2020-2026年网络视频广告市场需求热点
二、2020-2026年网络视频广告市场出口预测
三、2020-2026年网络视频广告国内消费预测
四、2020-2026年网络视频广告国内价格预测
第四节 中国网络视频广告行业发展规划建议
一、行业整体规划
二、产业整合建议
三、行业政策建议
第九章 中国网络视频广告行业企业投资前景研究建议（ZY GXH）
第一节 市场策略分析
一、价格策略分析
二、渠道策略分析
第二节 销售策略分析
一、媒介选择策略分析
二、产品定位策略分析
三、企业宣传策略分析
第三节 提高网络视频广告行业企业竞争力的建议
一、提高中国网络视频广告企业核心竞争力的对策
二、网络视频广告企业提升竞争力的主要方向

三、网络视频广告企业核心竞争力的因素及提升途径
四、提高网络视频广告的策略
第四节 对我国网络视频广告品牌的战略思考
一、网络视频广告行业实施品牌战略的意义
二、网络视频广告行业企业品牌的现状分析
三、网络视频广告行业企业的品牌战略
四、网络视频广告行业品牌战略管理的策略
第十章 结论及建议
第一节 企业成本应对策略（ZY GXH）
第二节行业发展方式建议
图表目录：
图表 网络视频广告产业链分析
图表 国际网络视频广告市场规模
图表 国际网络视频广告生命周期
图表 中国GDP增长情况
图表 中国CPI增长情况
图表 中国人口数及其构成
图表 中国工业增加值及其增长速度
图表 中国城镇居民可支配收入情况
图表 2015-2019年我国网络视频广告行业需求及增长情况
图表 2015-2019年我国网络视频广告行业需求及增长对比
图表 2015-2019年我国网络视频广告行业管理费用及增长情况
图表 2015-2019年我国网络视频广告行业资产及增长情况
图表 2015-2019年我国网络视频广告行业资产及增长对比
图表 2015-2019年中国网络视频广告市场规模
图表 2015-2019年我国网络视频广告供应情况
图表 2015-2019年我国网络视频广告需求情况
图表 2020-2026年中国网络视频广告市场规模预测
图表 2020-2026年我国网络视频广告供应情况预测
图表 2020-2026年我国网络视频广告需求情况预测
更多图表见正文……

详细请访问：https://www.chyxx.com/research/201911/803790.html