2018-2024年中国在线视频广告行业市场全景评估及投资潜力研究报告

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年中国在线视频广告行业市场全景评估及投资潜力研究报告》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/201806/646588.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

根据数据显示，全球广告份额中，来自在线视频的广告收入从2011年的34亿美元增长至2017年的229亿美元，预计2020年将达到455亿美元。在全球广告收入占比中也从2011年的1%增长至2017年的5%，预计到2020年占比将达到8%。新媒体行业蓬勃发展。

我国2016年视频平台付费会员数约6,130万，付费收入约109亿元；估计2017年网络视频付费用户为8,094万，付费市场规模150.5亿元，同比增长38%。根据报告显示，2017年三大互联网视频平台占用户在所有互联网视频平台上花费的时间约为73.8%。

三大视频APP月活情况（2018.3）

数据来源：公开资料整理

智研咨询发布的《2018-2024年中国在线视频广告行业市场全景评估及投资潜力研究报告》共用户章。首先介绍了中国在线视频广告行业市场发展环境、在线视频广告整体运行态势等，接着分析了中国在线视频广告行业市场运行的现状，然后介绍了在线视频广告市场竞争格局。随后，报告对在线视频广告做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国在线视频广告行业发展趋势与投资预测。您若想对在线视频广告产业有个系统的了解或者想投资中国在线视频广告行业，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1章：国际在线视频广告行业发展经验借鉴
1.1 全球在线视频广告市场发展分析
1.1.1 全球在线视频广告发展概况
1.1.2 全球在线视频广告发展现状
1.1.3 全球搜索广告市场分析
1.1.4 全球移动在线视频广告发展分析
1.2 美国在线视频广告发展经验借鉴
1.2.1 美国在线视频广告发展概况
1.2.2 美国在线视频广告发展特点
1.2.3 美国在线视频广告市场现状
1.2.4 美国在线视频广告发展经验
1.2.5 美国在线视频广告业对中国启示
1.3 英国在线视频广告市场分析
1.3.1 英国在线视频广告发展概况

1.3.2 英国在线视频广告发展特点
1.3.3 英国在线视频广告市场现状
1.3.4 英国在线视频广告业对中国启示
1.4 法国在线视频广告市场分析
1.4.1 法国在线视频广告发展概况
1.4.2 法国在线视频广告发展特点
1.4.3 法国在线视频广告市场现状
1.5 其它国家在线视频广告市场分析
1.5.1 俄罗斯在线视频广告市场分析
1.5.2 巴西在线视频广告市场分析
1.5.3 韩国在线视频广告市场分析
1.5.4 泰国在线视频广告市场分析
第2章：中国在线视频广告行业发展现状分析
2.1 在线视频广告模式生命力分析
2.1.1 传统展示广告模式分析
2.1.2 即时信息广告模式分析
2.1.3 窄告网广告模式分析
2.1.4 网络视频广告模式分析
2.1.5 搜索引擎广告模式分析
2.1.6 电子邮件广告模式分析
2.1.7 富媒体广告模式分析
2.1.8 程序化购买广告模式分析
2.2 在线视频广告市场发展现状
2.2.1 在线视频广告行业发展现状
2.2.2 在线视频广告市场规模分析
2.2.3 在线视频广告市场结构分析
2.2.4 在线视频广告行业竞争分析
2.2.5 在线视频广告行业细分领域分析
2.2.6 在线视频广告投放主要行业分析
2.2.7 移动在线视频广告市场发展现状
2.2.8 在线视频广告对传统广告业冲击分析
2.3 在线视频广告精准营销策略分析
2.3.1 在线视频广告精准营销优势分析
2.3.2 在线视频广告精准营销表现形式
2.3.3 在线视频广告精准营销问题分析

2.3.4 在线视频广告精准营销对策分析
2.3.5 在线视频广告精准营销成功案例
2.3.6 在线视频广告精准营销RTB系统
2.4 在线视频广告行业发展存在问题
2.4.1 在线视频广告短视行为分析
2.4.2 在线视频广告市场竞争问题分析
2.4.3 在线视频广告技术问题分析
2.4.4 在线视频广告监管问题分析
2.5 在线视频广告行业发展建议
2.5.1 在线视频广告业务扩张建议
2.5.2 在线视频广告绩效提升建议
2.5.3 在线视频广告竞争力提升建议
2.5.4 在线视频广告盈利能力提升建议
第3章：中国在线视频广告市场竞争分析
3.1 在线视频广告与传统媒体广告的竞争
3.1.1 互联网与传统媒体广告规模对比
3.1.2 互联网与传统媒体广告效果对比
3.1.3 互联网与传统媒体广告自适性分析
3.1.4 互联网与传统媒体广告发展速度对比
3.2 在线视频广告市场内部竞争分析
3.2.1 在线视频广告市场竞争态势分析
3.2.2 在线视频广告市场竞争格局分析

我国2016年视频平台付费会员数约6,130万，付费收入约109亿元；估计2017年网络视频付费用户为8,094万，付费市场规模150.5亿元，同比增长38%。根据报告显示，2017年三大互联网视频平台占用户在所有互联网视频平台上花费的时间约为73.8%。

三大视频APP月活情况（2018.3）

数据来源：公开资料整理

三大视频APP新安装活跃用户数和活跃转化

数据来源：公开资料整理

3.2.3 在线视频广告市场产业链分析
3.3 互联网巨头广告业务竞争状况
3.3.1 广告网络领域巨头竞争状况分析
3.3.2 RTB领域巨头竞争状况分析
3.3.3 DSP领域主要企业竞争状况分析
3.3.4 TradingDesk市场主要公司竞争状况

3.3.5 移动在线视频广告竞争状况分析
3.3.6 社交在线视频广告竞争状况分析
第4章：中国网络视频广告市场分析
4.1 富媒体广告市场分析
4.1.1 富媒体广告发展概况
4.1.2 富媒体广告应用现状
4.1.3 富媒体广告综合表现力分析
4.1.4 富媒体广告存在问题分析
4.1.5 富媒体广告发展现状分析
4.1.6 富媒体广告发展前景分析
4.2 互联网视频广告市场发展分析
4.2.1 视频广告市场规模分析
4.2.2 视频广告投资回报分析
4.2.3 视频广告市场竞争分析
4.3 主要视频网广告发展战略
4.3.1 优酷土豆发展战略与布局分析
4.3.2 YouTube发展战略与布局分析
4.3.3 酷6发展战略与布局分析
4.3.4 Hulu发展战略与布局分析
4.4 互联网视频广告市场前景展望
4.4.1 视频广告存在问题分析
4.4.2 视频广告发展趋势分析
4.4.3 视频广告市场前景预测
第5章：中国互联网搜索广告市场分析
5.1 搜索广告市场发展分析
5.1.1 搜索广告市场现状分析
5.1.2 付费搜索广告市场接受度
5.1.3 平板付费搜索广告市场分析
5.1.4 搜索引擎付费收录模式分析
5.2 重点企业搜索广告发展战略
5.2.1 百度搜索广告发展战略
5.2.2 谷歌搜索广告发展战略
5.2.3 雅虎搜索广告发展战略
5.2.4 易查搜索广告发展战略
5.2.5 腾讯搜索广告发展战略

5.3 互联网搜索广告市场前景展望
5.3.1 搜索广告存在问题分析
5.3.2 搜索广告发展趋势分析
5.3.3 搜索广告市场前景预测
第6章：中国网络游戏广告市场分析
6.1 网络游戏广告整体发展状况
6.1.1 网络游戏广告需求与价值分析
6.1.2 网络游戏广告市场空间分析
6.1.3 网络游戏广告市场发展现状
6.1.4 网络游戏广告市场规模分析
6.1.5 网络游戏广告市场前景分析
6.2 网络游戏内置广告发展分析
6.2.1 网络游戏植入式广告发展现状
6.2.2 网络游戏植入式广告价值分析
6.2.3 网络游戏植入式广告特点分析
6.2.4 网络游戏植入式广告植入模式
6.2.5 网游内置广告技术实现方式分析
6.2.6 网络游戏内置广告发展机遇
6.2.7 网游内置广告市场前景分析
6.3 网络游戏内置广告存在问题分析
6.3.1 网络游戏植入式广告存在问题分析
6.3.2 网络游戏内置广告未来发展瓶颈
6.3.3 网络游戏植入式广告发展相关建议
6.3.4 网游内置广告需构建效果评估指标
6.4 网络游戏广告开发战略分析
6.4.1 网络游戏广告的4Ps策略
6.4.2 网络游戏广告的效果测量战略
第7章：重点在线视频广告公司发展分析
7.1 华扬联众数字技术股份有限公司
7.1.1 企业基本情况简介
7.1.2 企业业务范围分析
7.1.3 企业主要客户分析
7.1.4 企业典型项目分析
7.2 北京新意互动广告有限公司
7.2.1 企业基本情况简介

7.2.2 企业业务范围分析
7.2.3 企业主要客户分析
7.2.4 企业典型项目分析
7.3 奥美世纪（北京）广告有限公司
7.3.1 企业基本情况简介
7.3.2 企业业务范围分析
7.3.3 企业主要客户分析
7.3.4 企业典型项目分析
7.4 盛世长城国际广告公司
7.4.1 企业基本情况简介
7.4.2 企业业务范围分析
7.4.3 企业主要客户分析
7.4.4 企业典型项目分析
7.5 科思世通广告（北京）有限公司
7.5.1 企业基本情况简介
7.5.2 企业业务范围分析
7.5.3 企业主要客户分析
7.5.4 企业典型项目分析
7.6 电通数码（北京）广告有限公司
7.6.1 企业基本情况简介
7.6.2 企业业务范围分析
7.6.3 企业主要客户分析
7.6.4 企业典型项目分析
7.7 上海网迈广告有限公司
7.7.1 企业基本情况简介
7.7.2 企业业务范围分析
7.7.3 企业主要客户分析
7.7.4 企业典型项目分析
7.8 广东省广告集团股份有限公司
7.8.1 企业基本情况简介
7.8.2 企业业务范围分析
7.8.3 企业主要客户分析
7.8.4 企业组织架构分析
7.9 北京腾信创新网络营销技术股份有限公司
7.9.1 企业基本情况简介

7.9.2 企业业务范围分析
7.9.3 企业主要客户分析
7.9.4 企业典型项目分析
7.10 悠易互通（北京）广告有限公司
7.10.1 企业基本情况简介
7.10.2 企业业务范围分析
7.10.3 企业主要客户分析
7.10.4 企业典型项目分析
第8章：中国在线视频广告业发展前景趋势分析（ZYZF）
8.1 在线视频广告行业发展趋势分析
8.1.1 在线视频广告行业区域发展趋势
8.1.2 在线视频广告行业技术发展趋势
8.1.3 在线视频广告行业产品结构趋势
8.1.4 在线视频广告行业市场竞争趋势
8.2 在线视频广告行业市场前景预测
8.2.1 在线视频广告行业市场规模预测
8.2.2 在线视频广告行业细分领域预测
8.2.3 在线视频广告企业经营前景分析
8.3 在线视频广告行业投资前景预测
8.3.1 在线视频广告行业进入壁垒分析
8.3.2 在线视频广告行业投资风险分析
8.3.3 在线视频广告行业投资可行性分析
8.3.4 在线视频广告行业投资前景分析
8.4在线视频广告行业投资建议
8.4.1 在线视频广告细分市场投资建议
8.4.2 在线视频广告区域布局投资建议
8.4.3 在线视频广告企业并购重组建议（ZYZF）
图表目录：
图表1：以网络为媒介的世界在线视频广告时代特征
图表2：在线视频广告发展历程
图表3：2012-2017年全球网络广告市场规模及增速（单位：亿美元，%）
图表4：2012-2017年全球在线视频广告占整体广告收入比重及预测（单位：%）
图表5：全球数字广告业主要企业排名（单位：十亿美元，%）
图表6：2012-2018年全球搜索广告市场规模（单位：十亿美元，%）
图表7：2013-2017年全球搜索广告市场主要企业情况（单位：十亿美元，%）

图表8：2012-2017年移动在线视频广告市场规模（单位：亿美元，%）
图表9：2015-2017年全球移动在线视频广告业主要企业排名（单位：十亿美元，%）
图表10：2012-2017年全球移动在线视频广告各地区市场增速（单位：%）
图表11：全球移动在线视频广告前十排名
图表12：全球移动在线视频广告目标受众（单位：%）

详细请访问：https://www.chyxx.com/research/201806/646588.html