

# 中国视频广告产业市场竞争态势调查及十三五发展定位研究报告

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《中国视频广告产业市场竞争态势调查及十三五发展定位研究报告》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：<http://baogao.chinabaogao.com/guanggaochuanmei/234650234650.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

视频广告就是在视频内的广告进行设置和投放。对很多传统行业的企业来讲，由于视频管理平台的开发难度较大，不会专门聘请一个技术团队进行视频管理平台的开发。企业网站的管理员为了省事，一般都会将企业的宣传视频上传到优酷或土豆这样的社会化分享网站，再将上传好的视频链接引回到企业网站进行播放。

中国报告网发布的《中国视频广告产业市场竞争态势调查及十三五发展定位研究报告》内容严谨、数据翔实，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研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。

报告大纲：

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

第一节 视频广告行业概述

一、视频广告的定义

二、视频广告的投放途径

三、视频广告的营销策略

四、视频广告的基本特点

五、视频广告的发展历程

第二节 视频广告的创作

一、视频广告语言的创新手法

二、视频广告与传统民族文化的融合

三、视频广告的创意

第三节 视频广告行业发展现状概况

第二章 2013-2015年中国互联网广告市场发展综合分析

第一节 2013-2015年中国互联网广告市场发展概述

一、互联网广告价值解析

二、网络广告的发展是时代的选择

三、中国网络广告收入增长步入快车道

四、中国网络广告市场发展特点

五、网络广告是门户网站主要收入来源

## 六、网络广告市场发展趋于理性

### 第二节2013-2015年中国网络广告市场价格及盈利分析

- 一、中国网络广告价格偏低
- 二、网络广告的各种计价方式浅析
- 三、中国网络媒体广告定价方式当优化发展
- 四、互联网广告盈利模式需创新
- 五、“看广告利润分成”赢利模式分析

### 第三节2013-2015年中国网络广告的精确定营销分析

- 一、精准营销对网站的广告价值的影响
- 二、互联网精准营销时代来临
- 三、精准营销的核心因素分析
- 四、精准广告重新定义营销算术
- 五、精确投放是广告业的发展方向
- 六、定向广告市场总价值预测

### 第四节2013-2015年中国互联网广告市场存在问题

- 一、互联网广告期待结束“霸王时代”
- 二、数字媒体营销出现长尾效应
- 三、中国网络广告业点击欺诈状况及案例分析
- 四、网络广告年增长率差偏小
- 五、网络广告市场专业评测发展不充分

### 第五节2013-2015年中国互联网广告市场发展策略分析

- 一、网络广告迅猛增长在于内涵的拓展
- 二、国内网络广告的几个发展方向分析
- 三、网络广告形式需创新
- 四、中国网络广告行业需要技术支撑

## 第三章2013-2015年中国视频广告产业运行环境分析

### 第一节2013-2015年中国经济环境分析

- 一、国民经济运行情况GDP(季度更新)
- 二、消费价格指数CPI、PPI（按月度更新）
- 三、全国居民收入情况（季度更新）
- 四、恩格尔系数（年度更新）
- 五、工业发展形势（季度更新）
- 六、固定资产投资情况（季度更新）
- 七、中国汇率调整（人民币升值）
- 八、对外贸易&进出口

## 第二节2013-2015年中国视频广告产业政策环境分析

- 一、中华人民共和国广告法
- 二、互联网信息服务管理办法
- 三、北京市网络广告管理暂行办法
- 四、浙江省网络广告登记管理暂行办法

## 第三节2013-2015年中国视频广告产业社会环境分析

- 一、经济环境分析
- 二、人才环境分析
- 三、文化环境分析
- 四、生态环境分析
- 五、法律环境
- 六、中国城镇化率
- 七、居民的各种消费观念和习惯

## 第四章2013-2015年中国视频广告产业运行动态分析

### 第一节2013-2015年中国视频广告产业发展概述

- 一、视频广告产业特点分析
- 二、视频业广告模式分析
- 三、中国互联网广告中视频广告最热

### 第二节2013-2015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2013-2015年中国视频广告问题对策分析

- 一、网络视频广告发展阻碍因素分析
- 二、在线视频广告技术尚不成熟
- 三、网络视频广告大发展尚需时日
- 四、视频广告媒体化才有生机
- 五、视频网站遭遇盈利难题
- 六、视频广告盈利思路分析

## 第五章2013-2015年中国视频广告产业运行态势分析

### 第一节2013-2015年中国视频广告产业市场概述

- 一、网络视频广告的发展应用
- 二、网络视频广告机会的新拐点
- 三、中国门户网站迈入视频时代

四、网络视频广告发展意义深远

五、最常见网络视频广告形式

六、网络视频将是网络广告增长最快领域

七、2013-2015年美国在线视频广告增长

八、cc视频大幅提升传媒业视频广告收入

第二节2013-2015年中国视频广告市场进入者分析

一、国内主要视频网站及其优势

二、视频网站展开激烈广告竞争

三、土豆网获风投欲搭建在线视频广告平台

四、Google图谋视频市场打造视频广告模式

第二部分视频广告行业竞争格局

第六章2013-2015年中国视频广告产业市场竞争格局分析

第一节互联网广告与传统媒体广告的竞争

一、网络广告与传统广告的对比优势

二、网络广告抢食传统广告市场

三、网络广告商之间加速洗牌

四、互联网广告市场有望超越报纸广告

五、互联网广告市场份额超过户外广告

第二节2013-2015年中国视频广告市场竞争现状分析

一、小区楼宇视频广告市场竞争升级

二、2013-2015年网络视频有望跻身主流媒广告真正发力

三、网络广告市场进入竞争“战国时代”

四、IT巨头在网络广告市场“攻城掠地”

第三节2013-2015年中国视频广告提升竞争力策略分析

第七章中国视频广告公司分析

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、华扬联众与分众的竞争分析

#### 第三节 麒润

##### 一、公司简介

##### 二、麒润优势及发展状况

##### 三、麒润科技的“一网天下”网络广告业务系统支持平台

#### 第四节 中视金桥国际传播集团

##### 一、企业概况

##### 二、竞争优势分析

##### 三、经营状况

##### 四、发展战略

#### 第五节 中视传媒股份有限公司

##### 一、企业概况

##### 二、竞争优势分析

##### 三、经营状况

##### 四、发展战略

### 第八章 2013-2015年国内外互联网产业运行分析

#### 第一节 2013-2015年世界互联网产业运行分析

##### 一、世界互联网发展史

##### 二、互联网发展体系架构解析

##### 三、互联网使用率全球范围概况

#### 第二节 2013-2015年世界各地区互联网产业状况

##### 一、美国的互联网创新发展趋势分析

##### 二、欧洲部分国家互联网的发展状况

##### 三、韩国互联网产业及政策透析

##### 四、日本移动互联网发展状况

#### 第三节 2013-2015年中国互联网产业运行分析

##### 一、互联网快速融入渗透中国经济社会

##### 二、中国国互联网产业发展特点

##### 三、中国式创新催生互联网产业新格局

##### 四、中国互联网行业走上盈利道路

#### 第四节 2013-2015年中国互联网产业问题对策分析

##### 一、制约中国互联网业发展的几大因素

##### 二、中国互联网发展过程中存在的问题及对策

##### 三、无线互联网监管问题解析

#### 第五节 未来中国互联网产业发展前景趋势分析

## 第九章2013-2015年中国媒体广告行业运行新形势透析

### 第一节2013-2015年中国广告市场运行综述

#### 一、2013-2015年内地广告市场规模分析

#### 二、中国广告市场的投放额

#### 三、2013-2015年广告行业人才供求情况

#### 四、2013-2015年广告市场面临的挑战

### 第二节2013-2015年中国广告市场分析

#### 一、总体情况

#### 二、分省市广告花费

#### 三、广电总局加强电视购物短片广告和居家购物节目管理

### 第三节2013-2015年中国广告市场规范情况分析

#### 一、中国查处广告违法案件情况

#### 二、广告业存在的主要问题探讨

#### 三、中国广告行业新的自律规则

#### 四、广告行业结盟维护创意版权

## 第三部分视频广告行业前景预测与投资分析

## 第十章2016-2020年中国视频广告发展前景预测分析

### 第一节2016-2020年中国互联网广告发展趋势分析

#### 一、中国网络广告业发展趋势分析

#### 二、2013-2015年中国网络广告市场分析

#### 三、2016-2020年中国网络广告市场预测

### 第二节2016-2020年中国视频广告业前景预测分析

#### 一、视频广告前景展望分析

#### 二、视频广告市场规模预测分析

### 第三节2016-2020年中国视频广告业盈利预测分析

## 第十一章2016-2020年中国视频广告投资机会与风险分析

### 第一节2016-2020年中国视频广告投资机会分析

#### 一、中国互联网拥有巨大的资本机遇

#### 二、网络广告公司频繁凸显行业价值

### 第二节2016-2020年中国视频广告投资风险分析

#### 一、流量之争引发网络广告市场风险思考

#### 二、网络广告市场风险分析

### 第三节2016-2020年中国互联网广告投资建议

图表详见正文.....



详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/guanggaochuanmei/234650234650.html>