2020-2026年中国影院视频广告行业分析与市场全景评估报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司
www.cction.com

一、报告报价

《2020-2026年中国影院视频广告行业分析与市场全景评估报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：http://www.cction.com/report/202004/160217.html

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司
订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838
海外报告销售: 010-69365838
Email: kefu@gonyn.com
联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

根据数据，2019年1月广告市场（不含互联网）同比增长9.6%，为近4年同期最高。其中，传统媒体同比增长8.2%，当月高增长的主要动力是电视的稳定增长。电梯媒体和影院视频领域亦获得良好的增速，影院视频的广告收入同比增加了24.1%，电梯电视、电梯海报分别增长了12.3%、19.3%。 2019年1月各媒介广告刊例花费变化

媒介

刊例花费同比

电视

9.8%

报纸

-16.8%

杂志

-8.0%

广播

6.7%

传统户外

-5.6%

电梯电视

12.3%

电梯海报

19.3%

影院视频

24.1%

交通类视频

9.4%

数据来源：公开资料整理

中企顾问网发布的《2020-2026年中国影院视频广告行业分析与市场全景评估报告》共七章。首先介绍了中国影院视频广告行业市场发展环境、影院视频广告整体运行态势等，接着分析了中国影院视频广告行业市场运行的现状，然后介绍了影院视频广告市场竞争格局。随后，报告对影院视频广告做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国影院视频广告行业发展趋势与投资预测。您若想对影院视频广告产业有个系统的了解或者想投资中国影院视频广告

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.一章影院视频广告行业概况
第.一节影院视频广告行业分类
第二节影院视频广告行业市场现状分析
一、影院视频广告市场现状
二、中国广告业发展概况
（一）恢复和发展时期
（二）高速发展时期
（三）稳定发展阶段

第二章影院视频广告行业投资特性分析
第.一节影院视频广告行业投资特性
一、中国影院视频广告经营的生态环境
（一）广告经营的生态链
（二）两个市场、两类消费者
（三）广告经营的宏观环境
二、广告理念
第二节行业相关政策分析
一、我国广告代理制的特点
二、影院广告的相关政策

第三章我国影院视频广告行业发展分析
第.一节 2019年中国影院视频广告行业发展状况
一、2019年影院视频广告行业发展状况分析
2019年影院视频广告刊例花费前五行业分别为交通（19.3%）、活动类（6.9%）、邮电通讯（-1.4%）、电脑及自动化办公产品（102.8%）、化妆品/浴室用品（8,8%），其中除邮电通讯

外，其余四个行业花费均为连续两年正增长。2019年影院视频广告花费前十的品牌分别为陌陌、长安福特、优酷&土豆、天猫、还呗、VIVO、爱思特、京东商城、百事以及韩后。2019年影院视频广告刊例花费前五业增幅

数据来源：公开资料整理2019年影院视频广告花费前十品牌增幅

数据来源：公开资料整理

二、2019年中国影院视频广告行业发展动态

三、2019年我国影院视频广告行业发展热点

四、2019年我国影院视频广告行业存在的问题

第二节 2019年中国影院视频广告行业市场供需状况

一、2012-2019年中国影院视频广告行业供给分析

二、2012-2019年中国影院视频广告行业市场需求分析

三、中国影院视频广告行业产品价格分析

1、中国影院视频广告行业产品价格分析

2、行业价格影响因素分析

四、2012-2019年中国影院视频广告行业市场规模分析

第四章影院视频广告行业产品分析

第.一节广告产品现状

一、中国影院视频广告业产品概况

二、广告经营生态环境研究

第二节影院视频广告经营存在的问题

一、广告价格混乱

二、媒体与广告公司间的矛盾

三、监测数据不可信

四、服务上的缺陷

第二节影院视频广告市场

一、影院视频广告的特性

（一）交流感与意境性

（二）流动感与兼作性

（三）无限性与全面性

（四）低投入与高回报

二、广播传播公司的作用
（一）传播公司与产品品牌
（二）广播传播的特殊性
（三）专业广播的飞跃
（四）定向移动传播
三、影院视频广告的艺术性
四、影院视频广告之间的竞争
五、影院视频广告发展中的问题
（一）影院视频广告存在的问题
（二）应对措施
六、影院广告发展的影响因素

第五章行业著名品牌企业介绍
第.一节万达院线
一、公司简介
二、公司业务范围
三、公司合作伙伴
第二节晶茂电影传媒
一、公司简介
二、公司业务范围
三、公司合作伙伴
第三节星火传媒
一、公司简介
二、公司业务范围
三、公司合作伙伴
第四节光驰传媒
一、公司简介
二、公司业务范围
三、公司合作伙伴
第五节分众晶视
一、公司简介
二、公司业务范围

三、公司合作伙伴

第六章 影院视频广告行业发展趋势分析
第.一节 2019年产业发展环境展望
第二节 2020-2026年我国影院视频广告行业趋势分析
一、2020-2026年我国影院视频广告行业发展趋势分析
1、技术发展趋势分析
2、产品发展趋势分析
3、产品应用趋势分析
二、2020-2026年我国影院视频广告行业市场发展空间
三、2020-2026年我国影院视频广告行业政策趋向
四、2020-2026年我国影院视频广告行业价格走势分析
五、2019年行业竞争格局展望
六、2020-2026年影院视频广告市场规模预测
第三节 影响企业生产与经营的关键趋势
一、市场整合成长趋势
二、需求变化趋势及新的商业机遇预测
三、企业区域市场拓展的趋势
四、科研开发趋势及替代技术进展
五、影响企业销售与服务方式的关键趋势

第七章行业发展预测
第.一节影院视频广告行业发展趋势
一、中国将成为全球第二大广告市场
二、亚洲影院广告收益预测
第二节WTO对广告市场的影响
一、加入WTO给广告业带来的商机
二、加入WTO可能对广告产生的冲击
三、发展对策

图表目录：

图表：2019年电视媒体广告投放情况

图表：2019年电视媒体前十位品牌的投放排名及花费情况
图表：2019年十大受欢迎电视广告
图表：2019年度中国十大受欢迎电视广告作品
图表：2011年－2019年中国通讯服务行业网络广告投放对比
图表：2011年－2019年中国通讯服务行业网络广告主投放TOP10
图表：2011年－2019年中国医疗服务行业网络广告投放对比
图表：2011年－2019年中国医疗服务行业网络广告主投放TOP10
图表：2019年家电行业广告品牌前10强监测
图表：2019年电视媒体广告投放监测
图表：2019年广播媒体前十位行业类别的投放排名及花费情况

详细请访问：http://www.cction.com/report/202004/160217.html