2024-2030年中国网络综艺广告市场评估与投资方向研究报告

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

《2024-2030年中国网络综艺广告市场评估与投资方向研究报告》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/202312/430782.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

网络视频综艺吸金能力进一步上升，与各大卫视平台旗鼓相当。爱奇艺、腾讯一举跻身广告创收Top3中，与湖南卫视共同位列第一梯队成员。跟随其后的浙江卫视、江苏卫视、东方卫视、CCTV-1、芒果TV、优酷、CCTV-3及北京卫视等，这五大卫视平台和四大视频网站共同占据整个综艺节目广告市场的近80%份额。

三、四大视频平台网络综艺的广告主行业构成

需求端：广告主的行业分布可能是导致各平台增速差异的重要原因之一，详细统计了2017-2019H1 四大视频平台网络综艺的广告主行业构成，可以发现：（1） 芒果 TV 以日化类和母婴类广告主为主，占比分别为30%和 22%，日化、母婴广告投放 数量占比显著高于其他平台，但互联网类（20%）和汽车类（0%）广告主占比又显著 低于其他平台。从下游行业的零售增速看，日用品类和化妆品类 2019 年 1-9 月累计零 售增速分别为 13.6%和 12.8%，在所有行业中增速靠前，受宏观经济影响相对较小。而 受宏观经济影响预算收缩较大的互联网类和汽车类，在芒果 TV 的广告主构成中占比较 小。因此从需求角度看，芒果 TV 所受的影响可能相对较小。（2）爱奇艺以互联网类和 食品饮料类广告为主，且互联网类（31%）占比高于其他平台，汽车类占比（7%）仅 次于优酷，受预算收缩的影响可能相对较大。与之相对比的是，腾讯视频以食品饮料 （30%）、日化（19%）和互联网类（15%）广告为主，广告主行业分布较为均匀，互 联网类占比相对较低，这可能也是腾讯视频广告收入增速下滑幅度小于爱奇艺、且开始 大幅下滑的时点滞后两个季度的原因之一（见图表 12、13）。

注：（1）广告主行业分布统计的为数量占比而非招商金额占比；（2）统计时只保留了“独 家冠名”和“首席赞助”两类广告主，而剔除了“合作伙伴”和“行业指定”，由于后两 类广告主一般招商金额低、数量多，不能客观反映广告招商构成。

中企顾问网发布的《2024-2030年中国网络综艺广告市场评估与投资方向研究报告》共十章。首先介绍了中国网络综艺广告行业市场发展环境、网络综艺广告整体运行态势等，接着分析了中国网络综艺广告行业市场运行的现状，然后介绍了网络综艺广告市场竞争格局。随后，报告对网络综艺广告做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国网络综艺广告行业发展趋势与投资预测。您若想对网络综艺广告产业有个系统的了解或者想投资中国网络综艺广告行业，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 网络综艺广告行业产品定义及行业概述发展分析
第一节 网络综艺广告行业产品定义
一、网络综艺广告行业产品定义及分类
二、网络综艺广告行业产品应用范围分析
三、网络综艺广告行业发展历程
四、网络综艺广告行业发展地位及影响分析
第二节 网络综艺广告行业产业链发展环境简析
一、网络综艺广告行业产业链模型理论
二、网络综艺广告行业产业链示意图及相关概述
第三节 经济环境
一、国民经济运行情况GDP
二、消费价格指数CPI、PPI
三、全国居民收入情况
四、恩格尔系数
五、工业发展形势
六、固定资产投资情况
七、2020年我国宏观经济发展预测
第四节网络综艺广告行业税收及进出口关税
第五节 社会环境
一、 人口数量及老龄化分析
二、网民规模情况
三、90后消费群体特点分析
第六节网络综艺广告技术发展现状
一、网络综艺广告行业技术发展
二、网络综艺广告生产工艺
一、网络综艺广告技术发展趋势

第二章 2015-2019年网络综艺广告行业国内外市场发展概述
第一节2015-2019年全球网络综艺广告行业发展分析

一、全球网络综艺广告经济发展现状及预测
二、全球网络综艺广告行业技术发展现状
三、全球网络综艺广告行业发展概述
第二节 2015-2019年全球网络综艺广告行业供需及规模分析
一、全球网络综艺广告行业市场供需情况
二、全球网络综艺广告行业市场规模及区域分布情况
三、全球网络综艺广告行业重点国家市场分析
四、全球网络综艺广告行业发展热点分析
五、2024-2030年全球网络综艺广告行业市场规模预测
第三节2015-2019年中国及全球网络综艺广告行业对比分析
一、中国网络综艺广告行业生命周期分析
二、中国网络综艺广告行业市场成熟度情况
三、中国和国外网络综艺广告行业对比SWTO
第四节2015-2019年全球网络综艺广告所属行业相关产品进出口情况

第三章 2015-2019年我国网络综艺广告行业发展现状
第一节 中国网络综艺广告行业发展概述
一、中国网络综艺广告行业发展现状
综艺节目内容广告的市场接受度依然水涨船高，保持着快速发展，是视频广告市场的一大主要增长点。
二、中国网络综艺广告发展面临问题
三、2015-2019年中国网络综艺广告行业市场规模
四、中国网络综艺广告行业需求客户结构
第二节 我国网络综艺广告行业发展状况
一、2015-2019年中国网络综艺广告行业产值情况
二、2019年我国网络综艺广告产值区域分布分析
第三节 2015-2019年中国网络综艺广告行业产量分析
第四节 2019年网络综艺广告行业需求分析
一、2015-2019年我国网络综艺广告行业需求分析
二、2015-2019年我国网络综艺广告市场价格走势分析

第四章 网络综艺广告行业竞争态势分析

第一节 网络综艺广告行业集中度分析
一、网络综艺广告市场集中度分析
二、网络综艺广告企业分布区域集中度分析
三、网络综艺广告区域消费集中度分析
第二节网络综艺广告行业主要企业竞争力分析
一、重点企业资产总计对比分析
二、重点企业从业人员对比分析
三、重点企业全年营业收入对比分析
四、重点企业利润总额对比分析
五、重点企业综合竞争力对比分析
第三节 网络综艺广告行业竞争格局分析
一、2019年网络综艺广告行业竞争分析
二、2019年中外网络综艺广告产品竞争分析
三、2019年我国网络综艺广告市场竞争分析
四、近年国内网络综艺广告行业重点企业发展动向

第五章 2015-2019年中国网络综艺广告所属行业运行及进出口分析
第一节 2015-2019年中国网络综艺广告所属行业总体运行情况
一、网络综艺广告企业数量及分布
二、网络综艺广告行业从业人员统计
第二节 2015-2019年中国网络综艺广告所属行业运行数据
一、行业资产情况分析
二、行业销售情况分析
三、行业利润情况分析
第三节 2015-2019年中国网络综艺广告所属行业成本费用结构分析
第四节 2015-2019年中国网络综艺广告所属行业经营成本情况
第五节 2015-2019年中国网络综艺广告所属行业管理费用情况
第六节 中国网络综艺广告所属行业或相关行业进出口分析
1、2015-2019年所属行业进出口数量及金额

第六章 网络综艺广告重点企业发展分析
第一节北京宽客网络技术有限公司

一、企业经营情况分析
二、企业产品及竞争优势分析
三、市场营销网络分析
四、公司战略规划分析
第二节浙江鑫启瑞广告传媒有限公司
一、企业经营情况分析
二、企业产品及竞争优势分析
三、市场营销网络分析
四、公司战略规划分析
第三节北京雷霆万钧网络科技有限责任公司
一、企业经营情况分析
二、企业产品及竞争优势分析
三、市场营销网络分析
四、公司战略规划分析
第四节北京天盈九州网络技术有限公司
一、企业经营情况分析
二、企业产品及竞争优势分析
三、市场营销网络分析
四、公司战略规划分析
第五节北京华艺汇龙网络科技有限公司
一、企业经营情况分析
二、企业产品及竞争优势分析
三、市场营销网络分析
四、公司战略规划分析

第七章 2024-2030年中国网络综艺广告行业发展预测分析
第一节2024-2030年中国网络综艺广告行业产量预测
第二节2024-2030年中国网络综艺广告行业需求量预测
第三节2024-2030年中国网络综艺广告行业规模预测
第四节 2024-2030年中国产业的前景及趋势
一、中国网络综艺广告市场发展前景乐观
二、2020年中国网络综艺广告市场消费趋势分析

第五节2024-2030年中国网络综艺广告行业发展趋势
一、中国网络综艺广告行业的发展前景
二、2024-2030年中国网络综艺广告产业规划分析
三、我国网络综艺广告行业的标准化发展趋势
第六节2024-2030年中国网络综艺广告行业“走出去”发展分析

第八章 网络综艺广告行业投资前景研究及销售战略分析
第一节 影响网络综艺广告行业发展的主要因素
一、影响网络综艺广告行业运行的有利因素
二、影响网络综艺广告行业运行的稳定因素
三、影响网络综艺广告行业运行的不利因素
四、我国网络综艺广告行业发展面临的挑战
五、我国网络综艺广告行业发展面临的机遇
第二节 行业投资形势分析
一、2015-2019年中国行业投资规模
二、行业投资壁垒
三、行业SWOT分析
四、行业五力模型分析
第三节 2024-2030年网络综艺广告行业投资效益分析
第四节 2024-2030年网络综艺广告行业投资前景研究研究

图表目录：

图表：网络综艺广告行业历程
图表：网络综艺广告行业生命周期
图表：网络综艺广告行业产业链分析
图表：2024-2030年网络综艺广告行业产能分析
图表：2024-2030年网络综艺广告行业市场规模分析
图表：2024-2030年网络综艺广告行业产量分析
图表：2024-2030年网络综艺广告行业需求量分析
图表：2020年网络综艺广告行业需求领域分布格局
图表：2024-2030年网络综艺广告行业市场规模预测
图表：中国网络综艺广告行业盈利能力分析

图表：中国网络综艺广告行业运营能力分析
图表：中国网络综艺广告行业偿债能力分析
图表：中国网络综艺广告行业发展能力分析
图表：中国网络综艺广告行业经营效益分析
图表：2024-2030年网络综艺广告行业市场规模预测
图表：2024-2030年网络综艺广告行业产量预测
图表：2024-2030年网络综艺广告行业需求量预测
更多图表请见正文……

详细请访问：http://www.cction.com/report/202312/430782.html