

# 2024-2030年中国网络视频 广告市场深度分析与市场调查预测报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

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

## 一、报告报价

《2024-2030年中国网络视频广告市场深度分析与市场调查预测报告》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/202401/437512.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。

2016-2018年我国互联网广告市场增幅稳定在20%-30%之间;2018年我国互联网广告市场规模达到3845亿元，较上年同比增长29.24%。

中企顾问网发布的《2024-2030年中国网络视频广告市场深度分析与市场调查预测报告》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局数据，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 2024-2030年中国互联网广告行业发展综合分析

第一节 2024-2030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 2024-2030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、&ldquo;看广告利润分成&rdquo;赢利模式析

### 第三节 2024-2030年中国网络广告的精确营销分析

- 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 2024-2030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 2024-2030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

## 第二章 2024-2030年中国网络视频广告产业运行环境分析

### 第一节 2024-2030年中国经济环境分析

- 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、中国汇率调整
- 八、对外贸易&进出口

### 第二节 2024-2030年中国网络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 2024-2030年中国网络视频广告产业社会环境分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、中国城镇化率

六、居民的各种消费观念和习惯

第三章 2024-2030年中国网络视频广告所属行业运行动态分析

从网络广告的细分领域看，主要包含电商广告、信息流广告、搜索广告、品牌图形广告、视频贴片广告等几个重要领域，随着网上购物消费习惯的转变，电商广告成为其主要的细分领域，2019年上半年，电商广告收入占比为35.05%；信息流广告和搜索广告收入占比分别为28.40%和16.35%，比较之下，占比也较大。其余细分领域收入占比低于10%。

第一节 2024-2030年中国网络视频广告产业发展概述

一、网络视频广告产业特点分析

二、视频业广告模式影响分析

三、中国互联网广告中网络视频广告最热

第二节 2024-2030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 2024-2030年中国网络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、网络视频广告媒体化才有生机

五、视频网站遭遇盈利难题

六、网络视频广告盈利思路分析

## 第四章 2024-2030年中国网络视频广告所属行业运行态势分析

### 第一节 2024-2030年中国网络视频广告所属行业市场概述

- 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、2024-2030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 2024-2030年中国网络视频广告市场进入者分析

- 一、国内外投资者抢滩网络视频市场
- 二、国内主要视频网站及其优势
- 三、视频网站展开激烈广告竞争
- 四、新浪联合电信共推网络视频广告
- 五、土豆网获风投欲搭建在线网络视频广告平台
- 六、google图谋视频市场打造网络视频广告模式

## 第五章 2024-2030年中国网络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 2024-2030年中国网络视频广告市场竞争现状分析

- 一、小区楼宇网络视频广告市场竞争升级
- 二、2024-2030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 2024-2030年中国网络视频广告提升竞争力策略分析

## 第六章 中国网络视频广告公司分析

### 第一节 好耶

- 一、公司简介
- 二、业务经营状况
- 三、竞争分析
- 四、发展战略

### 第二节 北京华扬联众广告公司

- 一、公司简介
- 二、业务经营状况
- 三、竞争分析
- 四、发展战略

### 第三节 麒润

- 一、公司简介
- 二、业务经营状况
- 三、竞争分析
- 四、发展战略

### 第四节 热点

- 一、公司简介
- 二、业务经营状况
- 三、竞争分析
- 四、发展战略

## 第七章 2024-2030年国内外互联网所属行业运行分析

### 第一节 2024-2030年世界互联网所属行业运行分析

- 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 2024-2030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 2024-2030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 2024-2030年中国互联网产业问题对策分析

- 一、互联网行业的大危机解析
- 二、制约中国互联网业发展的几大因素
- 三、中国互联网发展过程中存在的问题及对策
- 四、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

## 第八章 2024-2030年中国媒体广告所属行业运行新形势透析

### 第一节 2024-2030年中国广告所属行业市场运行综述

- 一、2024-2030年内地广告市场规模分析
- 二、2024-2030年中国广告市场价值分析
- 三、中国广告市场的投放额
- 四、2024-2030年广告行业人才供求情况
- 五、2024-2030年广告市场面临的挑战

### 第二节 2024-2030年中国广告市场分析

- 一、总体情况
- 二、分省市广告花费
- 三、广电总局加强短片广告和居家购物节目管理

### 第三节 2024-2030年中国广告市场规范情况分析

- 一、中国查处广告案件情况
- 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

## 第九章 2024-2030年中国网络视频广告发展前景预测分析

### 第一节 2024-2030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、2024-2030年中国网络广告市场预测

三、2024-2030年中国网络广告市场规模预测

第二节 2024-2030年中国网络视频广告业前景预测分析

一、网络视频广告前景展望分析

二、网络视频广告市场规模预测分析

三、网络视频广告竞争格局预测分析

第三节 2024-2030年中国网络视频广告业盈利预测分析

第十章 2024-2030年中国网络视频广告投资机会与风险分析（）

第一节 2024-2030年中国网络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、网络广告公司资本运作频繁凸显行业价值

第二节 2024-2030年中国网络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 2024-2030年中国互联网广告投资建议

图表目录：

图表 互联网的理念、体系构架和相关特性

图表 互联网应用的三个阶段

图表 互联网不同应用阶段的典型特征

图表 互联网缩略语及全称对照

图表 全世界因特网使用人口统计数字

图表 前20个因特网用户最多的国家

图表 互联网上使用的十大语言

图表 法国互联网发展状况

图表 互联网使用统计结果

图表 世界互联网使用统计数据

图表 中国互联网普及率

图表 中国网站数量增长情况

图表 中国不同上网方式网民规模

图表 2024-2030年中国gdp总量及增长趋势图

图表 2024-2030年中国月度cpi、ppi指数走势图

图表 2024-2030年中国城镇居民可支配收入增长趋势图

图表 2024-2030年中国农村居民人均纯收入增长趋势图

图表 2024-2030年中国城乡居民恩格尔系数走势图

图表 2024-2030年年中国工业增加值增速统计

图表 2024-2030年中国全社会固定资产投资额走势图

图表 2024-2030年中国财政收入支出走势图 单位：亿元

图表 近期人民币汇率中间价（对美元）

图表 2024-2030年中国货币供应量月度数据统计

图表 2024-2030年中国外汇储备走势图

图表 2024-2030年央行存款利率调整统计表

图表 2024-2030年中国社会消费品零售总额增长趋势图

图表 2024-2030年中国货物进出口总额走势图

图表 2024-2030年中国货物进口总额和出口总额走势图

图表 2024-2030年中国人口出生率、死亡率及自然增长率走势图

图表 2024-2030年中国总人口数量增长趋势图

图表 2022年人口数量及其构成

图表 2024-2030年中国普通高等教育、中等职业教育及普通高中招生人数走势图

图表 2024-2030年中国广播和综合人口覆盖率走势图

图表 2024-2030年中国城镇化率走势图

图表 2024-2030年中国研究与试验发展（r&d）经费支出走势图

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202401/437512.html>