

2010-2015年中国游戏内置 广告产业竞争力与投资前景展望报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2010-2015年中国游戏内置广告产业竞争力与投资前景展望报告》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.abaogao.com/b/youxi/D943827G4X.html>

报告价格：纸质版：6500元 电子版：6800元 纸质+电子版：7000元

智研数据研究中心

订购电话： 400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真： 010-60343813

Email： sales@abaogao.com

联系人： 刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

2010-2015年中国游戏内置广告产业竞争力与投资前景展望报告 内容介绍：

第一章游戏内置广告相关概述

第一节网络广告的分类

一、按网络媒体类型分类

二、按广告形式分类

第二节网络游戏内置广告阐述

一、网络游戏内置广告特点

二、网络游戏内置广告主要形式

三、网络游戏内置广告优势与缺陷

四、运用网络游戏内置广告要点

第三节网络游戏内置广告发展层次

一、简单植入

二、整合植入

三、焦点植入

第二章 2009-2010年世界网络游戏内置广告业运行状况分析

第一节2009-2010年世界网络广告市场动态分析

一、世界网络广告市场发展火热

二、全球网络广告开销增长迅速

三、全球网络广告支出概况

四、世界网络广告市场动态透析

五、世界互联网广告市场规模

六、全球互联网广告将超广播广告

第二节美国网络游戏内置广告市场调研市场运行分析

一、美国七种网络广告的研究发展

二、美国互联网广告收入分析

三、美国在线广告收入同比增长情况

四、美国网络广告规模2011年有望超报纸

五、美国报纸网站广告增长速度下降

六、美国网络广告市场调研市场巨头垄断

七、美国网络游戏广告投放情况

第三节欧洲网络广告市场分析

- 一、欧洲在线广告面临发展机遇
- 二、欧洲网络广告发展展望
- 三、英国互联网广告超过报纸广告
- 四、法国网络广告市场调研市场发展迅速

第四节日本网络广告市场状况

- 一、日本网络广告增长迅速
- 二、日本互联网广告营收状况
- 三、日本网络广告市场预测
- 四、日本网络广告发展刺激传统媒体变革
- 五、日本网络游戏广告投放情况

第五节韩国网络广告发展状况

- 一、韩国网络广告收入变化过程
- 二、韩国网络广告发力
- 三、韩国在线广告市场调研市场增长迅速
- 四、韩国网络游戏广告投放情况
- 五、韩国互联网广告市场调研市场发展预测

第三章 2009-2010年中国网络游戏内置广告产业运行环境解析

第一节2009-2010年中国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP分析
- 二、城乡居民家庭人均可支配收入分析
- 三、全社会固定资产投资分析
- 四、进出口总额及增长率分析
- 五、社会消费品零售总额

第二节2009-2010年中国网络游戏内置广告业政策环境分析

- 一、《中华人民共和国广告法》
- 二、《广播电视广告播出管理办法》
- 三、《外商投资广告企业管理规定》
- 四、《关于促进广告业发展的指导意见》
- 五、《文化产业振兴规划》

第三节2009-2010年中国网络游戏内置广告社会环境分析

- 一、中国稳步推进文化产业体制改革
- 二、中国将从媒体大国走向媒体强国
- 三、中国传媒产业进入快速发展阶段
- 四、中国新媒体发展日趋成熟

第四节2009-2010年中国网络游戏内置广告发展状况

- 二、2009-2010年中国广告业调整步伐加快
- 三、2009-2010年中国广告发展的原因解析
 - 一、消费者对显形广告的关注度和信任度下降
 - 二、植入式广告使企业和媒体实现双赢
 - 三、政府方面对显形广告播出的限制

第二节2009-2010年中国植入式广告发展契机

- 三、国内植入式广告发展的因素分析
 - 一、媒体与厂商信息不对称
 - 二、广告植入过于生硬
 - 三、植入式广告定价标准缺失
 - 四、诚信缺失制约行业发展

第五节2009-2010年促进植入式广告发展的对策建议

- 一、发展植入式广告行业的对策思路
- 二、推动植入式广告行业规范有序发展
- 三、建立植入式广告的检验和评估体系
- 四、发展中国植入式广告发展商机
 - 二、黄金档广告限播令为网络游戏内置广告带来机遇
 - 三、网络游戏内置广告的收效评估与成本核算
 - 四、网络游戏内置广告投资风险
 - 五、网络游戏内置广告投资建议

图表目录：

图表：电子游戏分类

图表：标准Banner的IGA广告案例

图表：定制道具/NPC/场景的IGA广告案例

图表：2004.12-2007.12中国网络游戏用户数量发展趋势

图表：2002-2007年中国网络游戏活跃用户规模

图表：网络游戏用户每周玩网游的频率

图表：网络游戏用户每次玩游戏的时长

图表：不同频度网游用户每次玩网游的时长状况

图表：网络游戏用户的年龄分布特征

图表：网络游戏用户的教育状况

图表：网络游戏用户的职业状况

图表：网络游戏用户的个人月收入

图表：网络游戏用户的每月可自由支配花费

图表：网络游戏用户预购/拥有的商品状况

图表：网络游戏用户拥有购买主导权的商品

图表：网络游戏用户的消费特征

图表：网络游戏用户获取感兴趣信息的途径

图表：网络游戏用户偏好的获取信息的方式

图表：网络游戏用户对游戏内广告的态度

图表：网络游戏用户的广告态度划分

图表：2006-2011年美国IGA市场调研市场规模

图表：2007-2012年美国游戏广告市场调研市场收入结构

图表：2007-2012年美国游戏内置广告市场调研市场收入结构

图表：2007-2013年中国游戏内置广告(游戏内置广告市场分析)市场发展趋势

图表：2007-2011年中国游戏内置广告(游戏内置广告市场分析)市场规模

图表：游戏内置广告产业链图

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/youxi/D943827G4X.html>