

2013-2017年中国视频广告 供需预测与战略咨询报告

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

《2013-2017年中国视频广告供需预测与战略咨询报告》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/chuanmei/158532RP2S.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

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

视频广告是指以数字视频为主要表现形式的新媒体广告业务，包括LCD/LED户外液晶广告，IPTV家庭广告，互联网视频广告等。视频广告业务的发展趋势是建立在IP宽带传播基础上的视频播放、定制、点播甚至互动。基于IP技术的视频广告的最显著特点是具有分众性、互动性的传播优势，能够实现广告的精准投放、有效到达、低运营成本等。对于拥有大规模IP网络的电信运营商来说，发展基于IP技术的视频广告业务，是促进业务转型的良好机遇。

视频广告简单的分为三种：插入式视频广告，捆绑式视频广告和独立视频广告。2008年网络视频已经正式宣告了其互联网格局中重要的地位。据统计，网络视频的使用率为71%，用户量已经达到了1.8个亿，超过搜索引擎成为中国互联网的第四大应用。

智研数据研究中心发布的《2013-2017年中国视频广告供需预测与战略咨询报告》共十一章。首先介绍了中国视频广告行业的概念，接着分析了中国视频广告行业发展环境，然后对中国视频广告行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国视频广告行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国视频广告行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将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。

第一章 2011-2012年中国互联网广告行业发展综合分析

第一节 2011-2012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 2011-2012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”赢利模式析

第三节2011-2012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2011-2012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2011-2012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2011-2012年中国视频广告产业运行环境分析

第一节 2011-2012年中国经济环境分析

一、GDP历史变动轨迹分析

二、固定资产投资历史变动轨迹分析

三、2013年中国宏观经济发展预测分析

第二节 2011-2012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 2011-2012年中国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

第四章 2011-2012年中国视频广告产业运行动态分析

第一节 2011-2012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、视频业广告模式影响分析
- 三、中国互联网广告中视频广告最热

第二节 2011-2012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 2011-2012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 2011-2012年中国视频广告产业运行态势分析

第一节 2011-2012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、2011-2012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2011-2012年中国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、新浪联合电信共推视频广告

五、土豆网获风投欲搭建在线视频广告平台

六、Google图谋视频市场打造视频广告模式

第六章2011-2012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 2011-2012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、2011-2012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2011-2012年中国视频广告提升竞争力策略分析

第七章2011-2012年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Ad Forward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、华扬联众业务经营状况

四、华扬联众与分众的竞争分析

第三节 麒润

一、公司简介

二、麒润广告联盟

三、麒润优势及发展状况

四、麒润科技的“一网天下”网络广告业务系统支持平台

第四节 热点

一、热点简介

二、热点广告以创新求发展

三、网络广告服务“热点模式”解析

第八章 2011-2012年国内外互联网产业运行分析

第一节 2011-2012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 2011-2012年世界各地互联网产业状况

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 2011-2012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 2011-2012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

第九章 2011-2012年中国媒体广告行业运行新形势透析

第一节 2011-2012年中国广告市场运行综述

- 一、2011-2012年内地广告市场规模分析
- 二、2011-2012年中国广告市场价值分析
- 三、中国广告市场的投放额
- 四、2011-2012年广告行业人才供求情况
- 五、2011-2012年广告市场面临的挑战

第二节 2011-2012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 2011-2012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

第十章 2013-2017年中国视频广告发展前景预测分析

第一节 2013-2017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、2011-2012年中国网络广告市场预测
- 三、2011-2012年中国网络广告市场规模预测

第二节 2013-2017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

三、视频广告竞争格局预测分析

第三节2013-2017年中国视频广告业盈利预测分析

第十一章2013-2017年中国视频广告投资机会与风险分析

第一节2013-2017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、网络广告公司资本运作频繁凸显行业价值

第二节 2013-2017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 2013-2017年中国互联网广告投资建议

图表目录：（部分）

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：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2012年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2012年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2013年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2013年中国GDP增速预测

图表：全球网络广告支出前50家广告主行业分布情况

图表：2011-2012年法国网络广告市场规模

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/chuanmei/l58532RP2S.html>