

# 2014-2020年中国映前广告 产业全景调研及投资预测报告

## 报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

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

## 报告报价

《2014-2020年中国映前广告产业全景调研及投资预测报告》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.bosidata.com/chuanmei1502/P74380OSST.html>

【报告价格】纸介版6800元 电子版7000元 纸介+电子7200元

【出版日期】2025-05-10

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

# 说明、目录、图表目录

报告目录：

## 第一部分 项目概述

### 第一章 映前广告行业发展概述 1

#### 第一节 广告简介 1

##### 一、广告的概念 1

##### 二、广告的本质特点和要素 1

##### 三、广告的分类和主要形式 2

##### 四、广告媒体简介 4

#### 第二节 映前广告 9

##### 一、映前广告的概念 9

##### 二、映前广告的划分 10

##### 三、映前广告的主要功能 10

##### 四、映前广告媒体 11

##### 五、映前广告的特征 11

### 第二章 国外广告行业发展分析 13

#### 第一节 世界广告行业发展概况 13

##### 一、2012-2013年全球广告经营状况 13

##### 二、2012年世界广告业排名状况分析 13

##### 三、2013年1月世界广告业发展状况 15

#### 第二节 2012年世界广告业发展状况分析 16

##### 一、2012年世界广告业发展规模分析 16

##### 二、2012年世界广告业发展特点分析 17

##### 三、2012年世界广告企业竞争分析 19

#### 第三节 全球广告市场分析 21

##### 一、全球广告市场格局分析 21

##### 二、2012年戛纳广告节的开展情况 24

##### 三、2012年全球广告支出情况分析 26

##### 四、2012年全球互联网广告开支额 28

##### 五、2012年欧债危机对广告行业的冲击 30

##### 六、2011-2012年中国对全球广告市场的贡献 32

#### 第四节 2014-2020年世界广告业发展趋势分析 33

##### 一、世界广告发展新趋势变化 33

##### 二、虚拟世界广告趋势预测分析 36

##### 三、2013年全球广告支出增长 39

##### 四、2013-2014年全球广告预算情况 41

##### 五、2014-2020年广告行业趋势预测 41

#### 第二部分 行业分析

#### 第三章 世界映前广告业发展分析 43

##### 第一节 世界映前广告市场发展分析 43

##### 一、2012-2013年全球映前广告市场发展分析 43

##### 二、2012-2013年全球映前广告开销增长情况 44

##### 三、2012-2013年全球广告支出情况分析 44

##### 四、2012-2013年全球映前广告市场动态透析 46

##### 第二节 美国映前广告市场分析 46

##### 一、美国映前广告的发展 46

##### 二、2012-2013年美国互联网广告的收入情况 47

##### 三、2012-2013年美国在线广告收入情况分析 48

##### 四、2012-2013年美国映前广告市场在中国情况 50

##### 五、2012-2013年美国映前广告市场竞争格局 51

##### 第三节 欧洲映前广告市场分析 52

##### 一、欧洲映前广告市场特点分析 52

##### 二、2012-2013年欧洲互联网广告的收入情况 52

##### 三、2012-2013年欧洲在线广告收入情况分析 54

##### 四、2012-2013年欧洲映前广告市场规模情况 54

##### 五、2012-2013年欧洲映前广告市场竞争格局 55

##### 第四节 日本映前广告市场状况 56

##### 一、日本广告市场状况分析 56

##### 二、2012-2013年日本移动互联网广告的收入情况 56

##### 三、2012-2013年日本网络在线广告收入情况分析 57

##### 四、2012-2013年日本映前广告市场规模情况 57

##### 五、2012-2013年日本映前广告市场竞争格局 59

##### 第五节 韩国映前广告发展状况 59

- 一、韩国映前广告市场特点分析 59
- 二、2012-2013年韩国移动广告的收入情况 60
- 三、2012-2013年韩国在线广告收入情况分析 61
- 四、2012-2013年韩国映前广告市场情况 61
- 五、2012-2013年韩国映前广告与韩国文化 62

#### 第四章 我国广告行业发展现状 63

##### 第一节 中国广告行业综合状况分析 63

- 一、中国本土广告业发展现状 63
- 二、中国广告产业在外资重压下发展 64
- 三、中国本土广告公司的SWOT分析 68
- 四、国家政策促进广告业发展 81

##### 第二节 我国广告市场发展分析 82

- 一、2012-2013年中国广告发展现状 82
- 二、2013年内地广告市场规模分析 90
- 三、2013年中国广告市场价值分析 91
- 四、2012年中国广告市场的投放额 91
- 五、2012年广告行业人才供求情况 96
- 六、2013年广告市场面临的挑战 97

##### 第三节 我国广告市场规范情况 98

- 一、2012年中国查处广告违法案件情况 98
- 二、2012年广告业存在的主要问题探讨 99
- 三、2012年中国广告行业新的自律规则 100
- 四、2012年广告行业结盟维护创意版权 104

#### 第五章 我国映前广告行业发展分析 107

##### 第一节 映前广告发展现状分析 107

- 一、2012年互联网广告现状发展分析 107
- 二、2013年1月中国映前广告发展分析 108

##### 第二节 中国互联网广告市场发展分析 112

- 一、互联网广告价值解析 112
- 二、映前广告的发展是时代的选择 117
- 三、中国映前广告收入增长步入快车道 118
- 四、中国映前广告市场发展特点 121

## 五、映前广告市场发展趋于理性 122

### 第三节 中国映前广告市场价格及盈利分析 123

#### 一、中国映前广告价格情况分析 123

#### 二、映前广告的各种计价方式分析 124

#### 三、中国网络媒体广告定价方式发展 125

#### 四、互联网广告盈利模式创新分析 127

### 第四节 互联网广告市场存在问题 130

#### 一、互联网广告市场竞争中的问题 130

#### 二、数字媒体营销出现的问题分析 131

#### 三、中国映前广告中欺诈行为分析 134

## 第三部分 市场分析

### 第六章 我国映前广告市场分析 138

#### 第一节 2012年1-12月中国映前广告市场分析 138

##### 一、整体花费情况分析 138

##### 二、各业广告投放情况 139

##### 三、广告主的竞争情况 142

#### 第二节 2013年1月中国映前广告市场分析 148

##### 一、整体花费情况分析 148

##### 二、各业广告投放情况 148

##### 三、广告主的竞争情况 149

#### 第三节 2012-2013年中国映前广告市场分析 151

##### 一、2012年四大门户网站广告收入情况 151

##### 二、2013年中国映前广告市场规模情况 151

##### 三、2013年中国网络展示广告市场价值 152

##### 四、2012年房地产行业映前广告的投放 154

##### 五、2012年汽车行业映前广告投放情况 155

### 第七章 中国映前广告受众及投放分析 156

#### 第一节 映前广告的投放原因及特点 156

##### 一、投放映前广告的原因 156

##### 二、映前广告在广告媒体中的地位 159

##### 三、映前广告接受度情况分析 161

##### 四、制约映前广告发展的因素 162

## 第二节 映前广告受众分析 162

### 一、受众接触映前广告的黄金时间 162

### 二、受众最感兴趣的广告形式 163

### 三、受众最感兴趣的广告内容 163

## 第三节 影响映前广告投放的要素分析 164

### 一、影响映前广告投放宏观因素分析 164

### 二、吸引受众的最重要的要素 164

### 三、消费热点决定记忆程度 165

## 第八章 中国映前广告主分析 167

### 第一节 我国映前广告主分布情况 167

#### 一、2012-2013年映前广告主数量情况分析 167

#### 二、2012-2013年映前广告主投放费用分析 167

#### 三、2012-2013年映前广告主区域分布情况 168

### 第二节 细分行业映前广告投放分析 169

#### 一、2011-2012年交通汽车类广告主映前广告投放分析 169

#### 二、2011-2012年IT产品类广告主映前广告投放分析 169

#### 三、2011-2012年旅游广告主映前广告投放分析 170

#### 四、2011-2012年通讯服务类广告主映前广告投放分析 170

## 第九章 2011-2012年中国映前广告产业运行动态分析 171

### 第一节 2011-2012年中国映前广告产业发展概述 171

#### 一、映前广告产业特点分析 171

#### 二、视频业广告模式影响分析 173

#### 三、中国互联网广告中映前广告最热 174

### 第二节 2011-2012年中国富媒体产业发展分析 175

#### 一、富媒体广告的历史及发展形式 175

#### 二、富媒体广告的产业价值分析 178

#### 三、中国富媒体广告营收状况 179

#### 四、富媒体面临发展机遇 180

### 第三节 2011-2012年中国映前广告问题对策分析 184

#### 一、网络映前广告发展阻碍因素分析 184

#### 二、在线映前广告技术尚不成熟 185

#### 三、网络映前广告大发展尚需时日 187

四、映前广告媒体化才有生机	189
五、视频网站遭遇盈利难题	192
六、映前广告盈利思路分析	194
第十章 中国映前广告市场竞争分析	195
第一节 互联网广告与映前广告的竞争	195
一、映前广告与传统广告的对比优势	195
二、映前广告与传统广告市场竞争分析	196
三、映前广告与报纸广告市场竞争分析	197
四、映前广告与户外广告市场竞争分析	198
第二节 映前广告市场竞争现状	198
一、映前广告市场竞争格局分析	198
二、2012-2013年映前广告市场竞争分析	200
第十一章 映前广告企业竞争策略分析	201
第一节 映前广告市场竞争策略分析	201
一、2013年映前广告市场增长潜力分析	201
二、2013年映前广告主要潜力品种分析	202
三、现有映前广告产品竞争策略分析	202
四、潜力映前广告品种竞争策略选择	204
五、典型企业产品竞争策略分析	205
第二节 映前广告企业竞争策略分析	206
一、2014-2020年我国映前广告市场竞争趋势	206
二、2014-2020年映前广告行业竞争格局展望	207
三、2014-2020年映前广告行业竞争策略分析	207
四、2014-2020年映前广告企业竞争策略分析	209
第十二章 2011-2012年中国映前广告重点区域市场分析	211
第一节 北京映前广告市场	211
一、北京映前广告投放规模	211
二、北京映前广告投放时间特征分析	211
三、映前广告受众分析	212
四、映前广告投放行业特征分析	213
五、投放映前广告的主要品牌分布	214
第二节 上海映前广告市场	214



一、上海映前广告投放规模	214
二、上海映前广告投放时间特征分析	215
三、映前广告受众分析	215
四、映前广告投放行业特征分析	216
五、投放映前广告的主要品牌分布	217
第三节 广州映前广告市场	217
一、广州映前广告投放规模	217
二、广州映前广告投放时间特征分析	218
三、映前广告受众分析	218
四、映前广告投放行业特征分析	219
五、投放映前广告的主要品牌分布	220
第十三章 中国映前广告公司分析	221
第一节 好耶	221
一、公司简介	221
二、好耶企业优势分析	221
三、好耶业务经营及分布	221
四、好耶的智易营销连锁营销模式	228
五、好耶AdForward广告管理系统	228
六、分众传媒收购好耶	230
第二节 北京华扬联众广告公司	230
一、公司简介	230
二、WPP集团收购华扬联众	231
三、华扬联众业务经营状况	231
四、华扬联众与分众的竞争分析	232
第三节 麒润	233
一、公司简介	233
二、麒润广告联盟	234
三、麒润优势及发展状况	235
四、麒润科技的“一网天下”网络广告业务系统支持平台	236
第四部分 前景分析	
第十四章 映前广告行业发展趋势分析	237
第一节 中国广告行业发展趋势分析	237

一、中国广告业发展新动向	237
二、2013年中国广告市场趋势解析	242
三、2014-2020年中国广告行业趋势预测	245
四、2014-2020年中国对全球广告市场的推动	248
五、2013年中国广告市场发展与新媒体趋势	255
第二节 中国映前广告市场趋势前景分析	259
一、中国映前广告市场趋势预测	259
二、中国映前广告市场潜力分析	260
三、中国映前广告发展趋势分析	263
第十五章 未来映前广告行业发展	268
第一节 2014-2020年国际映前广告市场	268
一、2014-2020年全球映前广告行业供给	268
二、2014-2020年全球映前广告市场需求前景	269
三、2014-2020年全球映前广告市场价格	269
第二节 映前广告市场发展	270
一、2014-2020年全球主要映前广告市场发展	270
二、2013年我国主要形式映前广告市场分析	271
三、2014-2020年中国映前广告发展趋势	271
四、2014-2020年中国映前广告市场规模	272
五、2014-2020年游戏内置广告发展趋势分析	273
六、2014-2020年我国网盟广告市场发展	276
第三节 2014-2020年国内映前广告市场	278
一、2014-2020年国内映前广告行业供给	278
二、2014-2020年国内映前广告市场需求前景	279
三、2014-2020年国内映前广告市场价格	283
四、2014-2020年国内映前广告行业集中度	284
第五部分 投资分析	
第十六章 映前广告行业投资现状分析	285
第一节 2012年映前广告行业投资情况分析	285
一、2012年总体投资及结构	285
二、2012年投资规模情况	286
三、2012年投资增速情况	287

## 第二节 2013年一季度广告行业投资情况分析 288

### 一、2013年一季度总体投资及结构 288

### 二、2013年一季度投资规模情况 289

### 三、2013年一季度投资增速情况 290

## 第十七章 映前广告行业投资环境分析 292

### 第一节 经济发展环境分析 292

#### 一、2012-2013年我国宏观经济运行情况 292

#### 二、2014-2020年我国宏观经济形势分析 293

#### 三、2014-2020年投资趋势及其影响 297

### 第二节 政策法规环境分析 298

#### 一、2013年映前广告行业政策环境 298

#### 二、2013年国内宏观政策对其影响 303

#### 三、2013年行业产业政策对其影响 304

### 第三节 社会发展环境分析 305

#### 一、国内社会环境发展现状 305

#### 二、2013年社会环境发展分析 311

#### 三、2014-2020年社会环境对行业的影响分析 320

## 第十八章 映前广告行业投资机会与风险 322

### 第一节 映前广告行业投资效益分析 322

#### 一、2012-2013年映前广告行业投资状况分析 322

#### 二、2014-2020年映前广告行业投资效益分析 326

#### 三、2014-2020年映前广告行业投资趋势 329

#### 四、2014-2020年映前广告行业的投资方向 330

#### 五、新进入者应注意的障碍因素分析 332

### 第二节 影响映前广告行业发展的主要因素 334

#### 一、2014-2020年影响映前广告行业运行的有利因素分析 334

#### 二、2014-2020年影响映前广告行业运行的稳定因素分析 336

#### 三、2014-2020年影响映前广告行业运行的不利因素分析 337

#### 四、2014-2020年我国映前广告行业发展面临的挑战分析 340

#### 五、2014-2020年我国映前广告行业发展面临的机遇分析 341

### 第三节 映前广告行业投资前景及控制策略分析 343

#### 一、2014-2020年映前广告行业市场风险及控制策略 343

二、2014-2020年映前广告行业政策风险及控制策略	344
三、2014-2020年映前广告行业经营风险及控制策略	344
四、2014-2020年映前广告行业技术风险及控制策略	345
五、2014-2020年映前广告同业竞争风险及控制策略	345
六、2014-2020年映前广告行业其他风险及控制策略	347
七、投资建议	348

#### 图表目录：

图表：2012年亚太区新业务收入（按市场划分）分析	22
图表：2012控股集团亚太区新业务排行分析	23
图表：2012控股集团中国区新业务排行分析	23
图表：2010-2015年全球广告市场规模分析	41
图表：2012年全球票房收入情况	44
图表：2012欧元区广告费用支出增长情况分析	54
图表：万达不同地区银幕映前广告价格分析	124
图表：资阳太平洋电影城映前银幕宣传广告价格分析	124
图表：不同地区的映前广告价格分析1	125
图表：不同地区的映前广告价格分析2	125
图表：2012年中国广告花费情况	139
图表：2011-2012各媒体广告资源量变化情况分析	140
图表：2012年中国广告行业花费分析	141
图表：2012年中国品牌广告花费分析	142
图表：2013年1月全国各业广告投放数量分析	148
图表：2013年1月全国各业广告投放比率分析	148
图表：2013年1月上海广告主竞争情况分析	149
图表：2013年1月上海广告主竞争比率分析	149
图表：2013年1月北京广告主竞争情况分析	150
图表：2013年1月北京广告主竞争比率分析	150
图表：2011-2012年中国四大门户网站广告收入增速	151
图表：2006-2016年中国互联网广告市场规模及	152
图表：2006-2016年中国网络广告细分媒体市场结构趋势	153
图表：2013年1月房地产映前广告投放比率分析	154
图表：2013年1月全国汽车映前广告投放比率分析	155

图表：不同阶层观看电影人数分析 158

图表：不同文化层次观看电影人数分析 158

图表：不同工作观看电影人数分析 158

图表：不同收入观看电影人数分析 159

图表：映前广告潜在消费者分析 159

图表：映前广告观众行为分析 161

图表：观众对映前广告态度分析 161

图表：观众对映前广告可接受时长分析 162

图表：观众观看电影进场时间分析 163

图表：受众对映前广告风格类型喜好分析 163

图表：观众易于接受映前广告行业类型分析 164

图表：受众最近印象够深的映前广告产品类型分析 166

图表：2011-2012年各行业映前广告投放分析 167

图表：2011-2012年交通汽车类广告主映前广告投放分析 169

图表：2011-2012年IT类广告主映前广告投放分析 169

图表：2011-2012年旅游类广告主映前广告投放分析 170

图表：2011-2012年通讯类广告主映前广告投放分析 170

图表：2012-2017美国移动视频广告支出分析 173

图表：2009-2012年每月观看一次电影的人群分析 202

图表：2013年前三名映前广告投放分析 202

图表：2012年北京映前广告投放金额前5大类别分析 211

图表：北京电影观众进场时间分析 211

图表：北京电影受众个人月收入分析 212

图表：北京电影受众家庭月收入分析 212

图表：北京电影受众对映前广告反映分析 213

图表：北京映前广告吸引观众因素分析 213

图表：2012年北京映前广告投放前6大类别分析 214

图表：2012年上海映前广告投放金额前5大类别分析 214

图表：上海电影观众进场时间分析 215

图表：上海电影受众个人月收入分析 215

图表：上海电影受众家庭月收入分析 216

图表：上海电影受众对映前广告反映分析 216

图表：上海映前广告吸引观众因素分析 216

图表：2012年上海映前广告投放前6大类别分析 217

图表：2012年广州映前广告投放金额前5大类别分析 217

图表：广州电影观众进场时间分析 218

图表：广州电影受众个人月收入分析 218

图表：广州电影受众家庭月收入分析 219

图表：广州电影受众对映前广告反映分析 219

图表：广州映前广告吸引观众因素分析 219

图表：2012年北京映前广告投放前6大类别分析 220

图表：2004-2012年北京华扬联众广告公司业务收入情况 231

图表：2007-2012年中国电影映前广告市场规模及增长率 272

图表：2012年中国部分城市票房分析 274

图表：2011-2012年电影广告投入分析 275

图表：2008-2013年我国国内市场电影票房情况 278

图表：2008-2013年中国电影广告市场规模分析 282

图表：2012年映前广告所占电影广告比率 282

图表：2013年映前广告所占电影广告比率 282

图表：2011-2012年映前广告投放前十行业分析 284

图表：2013年一季度整体市场广告分析 289

图表：2006-2010中国电影产业年数据 322

图表：2012年映前广告客户品类、产品数量分析 323

图表：2008-2013年电影广告投放数额分析 323

图表：电影广告和电视广告的比较分析 330

详细请访问：<http://www.bosidata.com/chuanmei1502/P74380OSST.html>