

# 2015-2020年中国视频广告 市场监测及前景深度调查报告

## 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

《2015-2020年中国视频广告市场监测及前景深度调查报告》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/W450437JQE.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】2025-05-11

【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：

### 第一章 2014年中国互联网广告行业发展综合分析

#### 第一节 2014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 2014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 2014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 2014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 2014年中国互联网广告市场投资策略分析

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2014年中国视频广告产业运行环境分析

### 第一节 2014年中国宏观经济环境分析

一、中国GDP分析

二、消费价格指数分析

三、城乡居民收入分析

四、社会消费品零售总额

五、全社会固定资产投资分析

六、进出口总额及增长率分析

### 第二节 2014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 2014年中国视频广告产业社会环境分析

## 第三章2014年中国视频广告产业运行动态分析

### 第一节2014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 2014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2014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

#### 第四章2014年中国视频广告产业运行态势分析

##### 第一节2014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、2014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2014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

#### 第五章2014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 2014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、2014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2014年中国视频广告提升竞争力策略分析

## 第六章2014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

## 第七章 2014年国内外互联网产业运行分析

### 第一节 2014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 2014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 2014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 2014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趋势预测趋势分析

## 第八章 2014年中国媒体广告行业运行新形势透析

### 第一节 2014年中国广告市场运行综述

#### 一、2014年内地广告市场规模分析

#### 二、2014年中国广告市场价值分析

#### 三、中国广告市场的投放额

#### 四、2014年广告行业人才供求情况

#### 五、2014年广告市场面临的挑战

### 第二节 2014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 2014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

## 第九章 2015-2020年中国视频广告趋势预测分析分析

### 第一节 2015-2020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、2014年中国网络广告市场预测

### 三、2014年中国网络广告市场规模预测

#### 第二节2015-2020年中国视频广告业趋势分析

##### 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2015-2020年中国视频广告业盈利预测分析

### 第十章2015-2020年中国视频广告投资机会与风险分析

#### 第一节2015-2020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 2015-2020年中国视频广告投资前景分析

##### 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 2015-2020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：2009-2014年中国GDP总量及增长趋势图

图表：2014年中国三产业增加值结构图

图表：2012-2014年中国CPI、PPI月度走势图

图表：2009-2014年我国城镇居民可支配收入增长趋势图



图表：2009-2014年我国农村居民人均纯收入增长趋势图

图表：2009-2013中国城乡居民恩格尔系数对比表

图表：2009-2013中国城乡居民恩格尔系数走势图

图表：2009-2014年中国工业增加值增长趋势图

图表：2012-2014年我国工业增加值分季度增速

图表：2009-2014年我国全社会固定资产投资额走势图

图表：2009-2014年我国城乡固定资产投资额对比图

图表：2009-2014年我国财政收入支出走势图

图表：2012-2014年人民币兑美元汇率中间价

图表：2012-2014年中国货币供应量统计表 单位：亿元

图表：2014年中国货币供应量月度增速走势图

图表：2009-2014年中国外汇储备走势图

图表：2009-2014年央行利率调整统计表

图表：我国历年存款准备金率调整情况统计表

图表：2009-2014年中国社会消费品零售总额增长趋势图

图表：2009-2014年我国货物进出口总额走势图

图表：2009-2014年中国货物进口总额和出口总额走势图

图表：2009-2014年中国就业人数走势图

图表：2009-2014年中国城镇就业人数走势图

图表：2009-2014年我国人口出生率、死亡率及自然增长率走势图

图表：2009-2014年我国总人口数量增长趋势图

图表：2014年人口数量及其构成

图表：2009-2014年我国普通高等教育、中等职业教育及普通高中招生人数走势图

图表：2009-2014年我国广播和电视节目综合人口覆盖率走势图

图表：2009-2014年中国城镇化率走势图

图表：2009-2014年我国研究与试验发展（R&D）经费支出走势图

图表：全球网络广告支出前50家广告主行业分布情况

图表：2009-2014年法国网络广告市场规模

图表：略

详细请访问：<http://www.bosidata.com/chuanmei1502/W450437JQE.html>