

2024-2030年中国原生视频广告行业行业深度调研 与市场全景评估报告

报告大纲

共研网

www.gonyn.com

一、报告简介

官网地址：<https://www.gonyn.com/report/1696221.html>

报告价格：电子版: 8000元 纸介版：8000元 电子和纸介版: 8500元

订购电话: 010-69365838 / 400-700-9228

电子邮箱: kefu@gonyn.com

联系人: 李经理

二、报告目录及图表目录

共研网发布的《2024-2030年中国原生视频广告行业行业深度调研与市场全景评估报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局煤炭综采设备后市场服务行业的重要决策参考依据。

第一章 中国原生视频广告行业发展综合分析

第一节 中国原生视频广告市场发展概述

- 一、原生视频广告价值解析
- 二、原生视频广告的发展是时代的选择
- 三、中国原生视频广告市场发展特点

第二节 2022-2023年中国原生视频广告市场价格及盈利分析

第三节 中国原生视频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 近年中国原生视频广告市场存在问题

第五节 中国原生视频广告市场发展策略分析

- 一、原生视频广告迅猛增长在于内涵的拓展
- 二、中国原生视频广告的几个发展方向分析
- 三、原生视频广告形式需创新
- 四、中国原生视频广告行业需要技术支撑

第二章 2022年中国原生视频广告产业运行环境分析

第一节 中国经济环境分析

第二节 中国原生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、北京市原生视频广告管理暂行办法
- 四、浙江省原生视频广告登记管理暂行办法

第三节 中国原生视频广告产业社会环境分析

第三章 中国原生视频广告产业运行动态分析

第一节 中国原生视频广告产业发展概述

- 一、原生视频广告产业特点分析
- 二、视频业广告模式影响分析
- 三、中国原生视频广告中原生视频广告最热

第二节 2022-2023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 中国原生视频广告问题对策分析

- 一、原生视频广告发展阻碍因素分析
- 二、在线原生视频广告技术尚不成熟
- 三、原生视频广告大发展尚需时日
- 四、原生视频广告媒体化才有生机
- 五、视频网站遭遇盈利难题
- 六、原生视频广告盈利思路分析

第四章 中国原生视频广告产业运行态势分析

第一节 中国原生视频广告产业市场概述

- 一、原生视频广告的发展应用
- 二、原生视频广告机会的新拐点
- 三、中国门户网站迈入视频时代
- 四、原生视频广告发展意义深远
- 五、最常见原生视频广告形式
- 六、网络视频将是原生视频广告增长最快领域
- 七、美国在线原生视频广告增长
- 八、CC视频大幅提升传媒业原生视频广告收入

第二节 中国原生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、中国主要视频网站及其优势
- 三、视频网站展开激烈广告竞争
- 四、新浪联合电信共推原生视频广告
- 五、土豆网获风投欲搭建在线原生视频广告平台

六、Google图谋视频市场打造原生视频广告模式

第五章 中国原生视频广告产业市场竞争格局分析

第一节 原生视频广告与传统媒体广告的竞争

- 一、原生视频广告与传统广告的对比优势
- 二、原生视频广告抢食传统广告市场
- 三、原生视频广告商之间加速洗牌
- 四、原生视频广告市场有望超越报纸广告
- 五、原生视频广告市场份额超过户外广告

第二节 中国原生视频广告市场竞争现状分析

- 一、小区楼宇原生视频广告市场竞争升级
- 二、网络视频有望跻身主流媒广告真正发力
- 三、原生视频广告市场进入竞争“战国时代”
- 四、IT巨头在原生视频广告市场“攻城掠地”

第三节 中国原生视频广告提升竞争力策略分析

第六章 中国原生视频广告公司分析

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”原生视频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、原生视频广告服务“热点模式”解析

第七章 国内外互联网产业运行分析

第一节 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、互联网使用率国际范围概况

第二节 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 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 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 中国媒体广告行业运行新形势透析

第一节 中国广告市场运行综述

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

第二节 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 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 2024-2030年中国原生视频广告发展前景预测分析

第一节 2024-2030年中国原生视频广告发展趋势分析

一、中国原生视频广告业发展趋势分析

二、2024-2030年中国原生视频广告市场规模预测

第二节 2024-2030年中国原生视频广告业前景预测分析

一、原生视频广告前景展望分析

二、原生视频广告市场规模预测分析

三、原生视频广告竞争格局预测分析

第三节 2024-2030年中国原生视频广告业盈利预测分析

第十章 2024-2030年中国原生视频广告投资机会与风险分析

第一节 2024-2030年中国原生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、原生视频广告公司资本运作频繁凸显行业价值

第二节 2024-2030年中国原生视频广告投资风险分析

一、流量之争引发原生视频广告市场风险思考

二、原生视频广告市场风险分析

第三节 2024-2030年中国原生视频广告投资建议

部分

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：国际原生视频广告支出前50家广告主行业分布情况

图表：2019-2022年法国原生视频广告市场规模

详细请访问：<https://www.gonyn.com/report/1696221.html>