

2021-2027年中国在线视频 广告行业分析与市场需求预测报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2021-2027年中国在线视频广告行业分析与市场需求预测报告》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.cction.com/report/202012/196601.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

2019年全国在线视频用户突破6亿人，同比增长1.06亿人，在各项政策引导下，视频网站趋于良性发展和竞争，2019年1-9月，全网视频内容流量为7576.7亿次，较去年同期下滑19.9%，停止了连续增长趋势。同时随着视频网站和手机短视频平台的崛起，全网视频流量被逐渐分流。

2016-2018年1-9月纯网视频内容流量分布

目前中国的在线视频平台收入主要来自内容付费和广告业务。根据艾瑞咨询发布的报告，内容付费市场规模从2012年的人民币3.9亿元增加至2017年的217.9亿元人民币，占比由4.4%预计提升到24.8%，2015年作为中国视频付费爆发的拐点，付费规模突破50亿元，同比增长270.5%。预计到2019年，内容付费市场规模将达到582.2亿元人民币，占比超过30%，CAGR为38.8%。2019年中国在线视频行业内容付费规模将达到582.2亿元

中企顾问网发布的《2021-2027年中国在线视频广告行业分析与市场需求预测报告》共六章。首先介绍了中国在线视频广告行业市场发展环境、在线视频广告整体运行态势等，接着分析了中国在线视频广告行业市场运行的现状，然后介绍了在线视频广告市场竞争格局。随后，报告对在线视频广告做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国在线视频广告行业发展趋势与投资预测。您若想对在线视频广告产业有个系统的了解或者想投资中国在线视频广告行业，本报告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。

报告目录：

第1章：我国在线视频广告所属市场发展现状及前景预测

1.1 我国在线视频广告行业市场发展现状分析

1.1.1 在线视频广告的定义

1.1.2 我国在线视频广告行业市场规模

1.1.3 2019年各细分在线视频广告收入规模变化情况

1.1.4 2011-2019年传统在线视频广告花费变化情况

1.2 在线视频广告行业发展环境分析

1.2.1 政策环境分析

(1) 行业监管部门

(2) 行业相关法律

(3) 行业相关标准

1.2.2 经济环境分析

(1) 国内经济运行情况分析

(2) 2017-2019年国内宏观经济走势预测

(3) 经济环境对在线视频广告业影响分析

1.3 我国在线视频广告行业发展趋势和前景分析

1.3.1 在线视频广告行业发展趋势分析

1.3.2 2021-2027年在线视频广告行业发展前景预测2015-2020 年中国在线视频行业广告收入为主，付费收入崛起

第2章 中国在线视频广告所属行业运行指标分析及预测

2.1 中国在线视频广告行业企业数量分析

2.1.1 2014-2019年中国在线视频广告行业企业数量情况

2.1.2 2014-2019年中国在线视频广告行业企业竞争结构

2.2 2014-2019年中国在线视频广告行业财务指标总体分析

2.2.1 行业盈利能力分析

2.2.2 行业偿债能力分析

2.2.3 行业营运能力分析

2.2.4 行业发展能力分析

2.3 中国在线视频广告行业市场规模分析及预测

2.3.1 2014-2019年中国在线视频广告行业市场规模分析

2.3.2 2021-2027年中国在线视频广告行业市场规模预测

2.4 中国在线视频广告行业市场供需分析及预测

2.4.1 中国在线视频广告行业市场供给分析

1、2014-2019年中国在线视频广告行业供给规模分析

2、2021-2027年中国在线视频广告行业供给规模预测

2.4.2 中国在线视频广告行业市场需求分析

1、2014-2019年中国在线视频广告行业需求规模分析

2、2021-2027年中国在线视频广告行业需求规模预测

第3章：在线视频广告主在线视频广告投放分析

3.1 在线视频广告主在线视频广告投放规模分析

3.1.1 在线视频广告投放行业在线视频广告花费分析

(1) 在线视频广告投放行业在线视频广告花费排行榜

(2) 银行业在线视频广告投放分析

- 1) 银行业在线视频广告投放费用
- 2) 银行业在线视频广告投放企业
- 3) 银行业在线视频广告投放媒体
- 4) 银行在线视频广告投放前景

(3) 医院在线视频广告投放分析

- 1) 医院在线视频广告投放费用
- 2) 医院在线视频广告投放企业
- 3) 医院在线视频广告投放媒体
- 4) 医院在线视频广告投放前景

(4) 药品在线视频广告投放分析

- 1) 药品在线视频广告投放费用
- 2) 药品在线视频广告投放企业
- 3) 药品在线视频广告投放媒体
- 4) 药品在线视频广告投放前景

(5) 消费电子在线视频广告投放分析

- 1) 消费电子在线视频广告投放费用
- 2) 消费电子在线视频广告投放企业
- 3) 消费电子在线视频广告投放媒体
- 4) 消费电子在线视频广告投放前景

(6) 手机在线视频广告投放分析

- 1) 手机在线视频广告投放费用
- 2) 手机在线视频广告投放企业
- 3) 手机在线视频广告投放媒体
- 4) 手机在线视频广告投放前景

(7) 食品饮料在线视频广告投放分析

- 1) 食品饮料在线视频广告投放费用
- 2) 食品饮料在线视频广告投放企业
- 3) 食品饮料各细分市场在线视频广告投放

4) 食品饮料在线视频广告投放媒体

5) 食品饮料在线视频广告投放前景

(8) 汽车在线视频广告投放分析

1) 汽车在线视频广告投放费用

2) 汽车在线视频广告投放企业

3) 汽车各细分市场在线视频广告投放

4) 汽车在线视频广告投放媒体

5) 汽车在线视频广告投放前景

(9) 化妆品在线视频广告投放分析

1) 化妆品在线视频广告投放费用

2) 化妆品在线视频广告投放企业

3) 化妆品在线视频广告投放媒体

4) 化妆品在线视频广告投放前景

(10) 服饰在线视频广告投放分析

1) 服饰在线视频广告投放费用

2) 服饰在线视频广告投放企业

3) 服饰在线视频广告投放媒体

4) 服饰在线视频广告投放前景

3.1.2 在线视频广告投放品牌投放额分析

3.2 在线视频广告主在线视频广告市场投放

3.2.1 在线视频广告主的信心指数

3.2.2 在线视频广告主的媒体预算

3.2.3 在线视频广告主的预算分配

3.2.4 在线视频广告主对于在线视频广告植入的看法

第4章 在线视频广告行业领先企业竞争力分析

4.1 好耶

4.1.1 企业发展基本情况

4.1.2 企业主要产品分析

4.1.3 企业竞争优势分析

4.1.4 企业经营状况分析

4.1.5 企业最新发展动态

- 4.1.6 企业发展战略分析
- 4.2 华扬联众
 - 4.2.1 企业发展基本情况
 - 4.2.2 企业主要产品分析
 - 4.2.3 企业竞争优势分析
 - 4.2.4 企业经营状况分析
 - 4.2.5 企业最新发展动态
 - 4.2.6 企业发展战略分析
- 4.3 麒润
 - 4.3.1 企业发展基本情况
 - 4.3.2 企业主要产品分析
 - 4.3.3 企业竞争优势分析
 - 4.3.4 企业经营状况分析
 - 4.3.5 企业最新发展动态
 - 4.3.6 企业发展战略分析
- 4.4 中视金桥国际传播集团
 - 4.4.1 企业发展基本情况
 - 4.4.2 企业主要产品分析
 - 4.4.3 企业竞争优势分析
 - 4.4.4 企业经营状况分析
 - 4.4.5 企业最新发展动态
 - 4.4.6 企业发展战略分析
- 4.5 中视传媒股份有限公司
 - 4.5.1 企业发展基本情况
 - 4.5.2 企业主要产品分析
 - 4.5.3 企业竞争优势分析
 - 4.5.4 企业经营状况分析
 - 4.5.5 企业最新发展动态
 - 4.5.6 企业发展战略分析

第5章：传统在线视频广告企业如何转型与优秀案例解读

5.1 传统在线视频广告媒体PK互联网在线视频广告媒体

5.2 传统在线视频广告媒体如何转型

5.2.1 路径一解决接触点

5.2.2 路径二降低成本

5.2.3 路径三抢占移动端

5.3 优秀案例桌联网剖析

5.3.1 桌联网背景介绍

5.3.2 桌联网商业模式分析

5.3.3 桌联网快速发展原因剖析

第6章：在线视频广告行业投资分析与建议

6.1 在线视频广告行业投资分析

6.1.1 在线视频广告行业进入壁垒分析

(1) 资金壁垒

(2) 人才壁垒

(3) 品牌壁垒

6.1.2 在线视频广告行业经营模式分析

6.1.3 在线视频广告行业投资风险分析

(1) 行业政策风险

(2) 行业人才风险

(3) 行业市场风险

6.2 在线视频广告行业投资机遇分析

6.2.1 在线视频广告行业融合发展投资机遇

6.2.2 推进在线视频广告产业融合发展

6.2.3 移动在线视频广告投资机遇

6.3 在线视频广告行业投资建议

6.3.1 在线视频广告行业投资机会

6.3.2 在线视频广告行业投资建议

(1) 投资方式建议

(2) 投资方向建议

图表目录：

图表1：2008-2018我国在线视频广告市场规模及增长率（单位：亿元，%）

图表2：2019年各细分在线视频广告媒介收入变化情况（单位：%）

图表3：2011-2019年传统在线视频广告花费变化情况（单位：%）

图表4：2019年传统在线视频广告花费TOP20企业（单位：%）

图表5：2019年传统在线视频广告花费TOP19品牌（单位：%）

图表6：我国在线视频广告行业自律组织

图表7：在线视频广告行业政策动态

图表8：在线视频广告行业相关标准准则一览

图表9：2006-2019年我国国内生产总值（单位：亿元，%）

图表10：2017-2019年我国主要宏观经济指标增长率预测（单位：%）

图表11：行业按对经济周期的反应分类

图表12：2008-2016年我国在线视频广告业市场规模增长速度与GDP增长率对比图（单位：%）

图表13：2017各细分在线视频广告媒介对市场增长的贡献（单位：%）

图表14：我国在线视频广告技术公司海外并购部分案例

图表15：2021-2027年在线视频广告业市场规模及增长率预测（单位：亿元）

图表16：2010-2019年电视在线视频广告收入对比分析（单位：%）

图表17：2010-2019年晚间刊例投放量超过1000万的品牌个数（单位：个）

图表18：2016-2019年电视在线视频广告分频道组投放情况（万元，%）

图表19：2019年央视各频道收视情况（单位：%）

图表20：2016-2019年央视各频道在线视频广告投放情况（单位：万元，%）

图表21：2016-2019年卫视频道新格局变化情况（单位：%）

图表22：2019年各卫视收视表现情况（单位：%）

图表23：2019年各卫视晚间时段满档率（单位：%）

图表24：2019年各主要城市收视情况（单位：%）

图表25：2019年在线视频广告行业投放排名（单位：万元，%）

图表26：2019年在线视频广告花费TOP10品牌（单位：%）

图表27：2016-2019年在线视频广告收入变化（单位：%）

图表28：2016-2019年在线视频广告面积对比分析（单位：%）

图表29：2016-2019年我国在线视频广告花费TOP5行业变化情况（单位：%）

图表30：2019年在线视频广告花费TOP10品牌（单位：%）

图表31：2016-2019年在线视频广告收入对比分析（单位：%）

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202012/196601.html>