

# 2020-2026年中国网络游戏 内置广告业行业研究与市场全景评估报告

## 报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制  
[www.chinairr.org](http://www.chinairr.org)

## 一、报告报价

《2020-2026年中国网络游戏内置广告业行业研究与市场全景评估报告》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.chinairr.org/report/R03/R0305/202005/07-346074.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: [sales@chyxx.com](mailto:sales@chyxx.com)

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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

### 报告目录

#### 第一章 游戏内置广告相关概述

##### 第一节 网络广告的分类

###### 一、按网络媒体类型分类

###### 二、按广告形式分类

##### 第二节 网络游戏内置广告阐述

###### 一、网络游戏内置广告特点

###### 二、网络游戏内置广告主要形式

###### 三、网络游戏内置广告优势与缺陷

###### 四、运用网络游戏内置广告要点

##### 第三节 网络游戏内置广告发展层次

###### 一、简单植入

###### 二、整合植入

###### 三、焦点植入

#### 第二章 2018-2019年世界网络游戏内置广告业运行状况分析

##### 第一节 2018-2019年世界网络广告市场动态分析

###### 一、全球网络广告市场发展火热

###### 二、全球网络广告开销增长迅速

###### 三、全球网络广告支出概况

###### 四、全球网络广告市场动态透析

###### 五、全球互联网广告市场规模

###### 六、全球互联网广告将超广播广告

##### 第二节 美国网络游戏内置广告市场运行分析

###### 一、美国七种网络广告的研究发展

###### 二、2019年美国互联网广告收入分析

###### 三、美国在线广告收入同比增长情况

###### 四、美国网络广告规模2019年有望超报纸

###### 五、美国报纸网站广告增长速度下降

###### 六、美国网络广告市场巨头垄断

## 七、美国网络游戏广告投放情况

### 第三节 欧洲网络广告市场分析

#### 一、欧洲在线广告面临发展机遇

#### 二、欧洲网络广告发展展望

#### 三、英国互联网广告超过报纸广告

#### 四、法国网络广告市场发展迅速

### 第四节 日本网络广告市场状况

#### 一、日本网络广告增长迅速

#### 二、日本互联网广告营收状况

#### 三、日本网络广告市场预测

#### 四、日本网络广告发展刺激传统媒体变革

#### 五、日本网络游戏广告投放情况

### 第五节 韩国网络广告发展状况

#### 一、韩国网络广告收入变化过程

#### 二、韩国网络广告发力

#### 三、韩国在线广告市场增长迅速

#### 四、韩国网络游戏广告投放情况

#### 五、韩国互联网广告市场发展预测

## 第三章 2018-2019年中国网络游戏内置广告产业运行环境解析

### 第一节 2018-2019年中国网络游戏内置广告经济环境分析

#### 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 2018-2019年中国网络游戏内置广告业政策环境分析

#### 一、《中华人民共和国广告法》

#### 二、《广播电视广告播出管理办法》

#### 三、《外商投资广告企业管理规定》

#### 四、《关于促进广告业发展的指导意见》

## 五、《文化产业振兴规划》

### 第三节 2018-2019年中国网络游戏内置广告社会环境分析

#### 一、中国稳步推进文化产业体制改革

#### 二、中国将从媒体大国走向媒体强国

#### 三、中国传媒产业进入快速发展阶段

#### 四、中国新媒体发展日趋成熟

### 第四节 2018-2019年中国网络游戏内置广告行业环境分析

#### 一、中国广告业总体发展状况

#### 二、中国广告业调整步伐加快

#### 三、我国广告行业经营状况分析

#### 四、中国广告市场步入价值性扩展阶段

## 第四章 2018-2019年中国植入式广告行业运行新形势透析

### 第一节 植入式广告在我国迅速发展的原因解析

#### 一、消费者对显形广告的注意度和信任度下降

#### 二、植入式广告使企业和媒体实现双赢

#### 三、政府方面对显形广告播出的限制

### 第二节 2018-2019年中国植入式广告行业运行总况

#### 一、我国植入式广告运行特点分析

#### 二、我国植入式广告迎来发展契机

#### 三、国内植入式广告市场持续快速发展

#### 四、中国植入式广告市场发展仍不成熟

### 第三节 2018-2019年中国植入式广告深度剖析

#### 一、由低频率向高频率转变

#### 二、由单一品牌向多品牌转变

#### 三、由静态向动态转变

### 第四节 2018-2019年制约中国植入式广告发展的因素分析

#### 一、媒体与厂商信息不对称

#### 二、广告植入过于生硬

#### 三、植入式广告定价标准缺失

#### 四、诚信缺失制约行业发展

### 第五节 2018-2019年促进植入式广告发展的对策建议

- 一、发展植入式广告行业的对策思路
- 二、推动植入式广告行业规范有序发展
- 三、建立植入式广告的检验和评估体系
- 四、发展中国植入式广告市场的建议

## 第五章 2018-2019年中国网络游戏植入式广告运行新格局透析

### 第一节 2018-2019年中国网络游戏植入式广告运行总况

- 一、网游植入式广告的兴起
- 二、网游植入式广告的市场规模
- 三、网游植入式广告新势力崛起
- 四、网游植入式广告产业链分析
- 五、网络竞技游戏拓展植入式广告发展空间
- 六、中国、美国及韩国网络游戏广告投放比较

### 第二节 2018-2019年中国游戏内置广告行业产业链各环节分析

- 一、广告主：对IGA接受程度有待提高
- 二、网络游戏开发商：游戏是艺术品或是商品
- 三、网络运营商：内置广告加大运营风险 双刃剑效应明显
- 四、网络游戏玩家：完全接受IGA尚需时日

### 第三节 2018-2019年影响中国网络游戏植入式广告的因素探析

- 一、玩家游戏行为差异与广告效果的相关分析
- 二、品牌特征与广告效果的相关分析
- 三、植入方式与广告效果的相关分析

### 第四节 2018-2019年中国网络游戏植入广告经营策略

- 一、应扩大网络游戏的植入空间
- 二、根据玩家特征决定植入广告的类别和场所
- 三、根据广告目的合理设置植入方式

## 第六章 2018-2019年中国网络游戏用户规模及媒体分析

### 第一节 2018-2019年全球网络游戏用户规模分析

- 一、全球网络游戏产业规模不断扩大
- 二、全球网络游戏玩家规模庞大
- 三、网络游戏仍是美国互联网消费主流

#### 四、美国成为韩国网游业抢夺热点

#### 第二节 2018-2019年网游用户市场调研分析

##### 一、国产网游增速迅猛

##### 二、中国网络游戏用户规模分析

##### 三、网络游戏主要场所继续向家庭转移

#### 第三节 2018-2019年中国网游用户基本情况

##### 一、网游用户的年龄分布

##### 二、网游用户的文化程度

##### 三、网游用户的地域分布

##### 四、网游用户的职业分布与收入情况

##### 五、网游用户游戏月消费情况

#### 第四节 网络游戏媒体流量特征分析

##### 一、网络游戏媒体流量分析

##### 二、网络游戏媒体黏性分析

### 第七章 2018-2019年中国网络游戏内置广告的运作分析

#### 第一节 2018-2019年中国网络游戏内置广告的运作模式

##### 一、场景植入

##### 二、对白植入

##### 三、情节植入

##### 四、形象植入

#### 第二节 2018-2019年中国网络游戏内置广告的运作困局

##### 一、“直白式”与“可读性”广告效果日衰

##### 二、网络游戏内置广告不可掌控

##### 三、接触点不等于一切

##### 四、寻找合适机会植入

#### 第三节 2018-2019年中国网络游戏内置广告的运作策略

##### 一、内容本位原则和生活真实原则

##### 二、新老品牌的策略差异

##### 三、品牌符号意义的和谐

##### 四、在整合互动中寻求延伸意义

## 第八章 2018-2019年中国网络游戏内置广告行业投资战略分析

### 第一节 2018-2019年中国网络游戏内置广告的新兴载体透析

- 一、交友网站网络游戏内置广告业务收效显著
- 二、社区网站尝试网络游戏内置广告营销
- 三、视频网站抢占网络游戏内置广告市场份额
- 四、电视台网络游戏内置广告受商家追捧
- 五、网络游戏内置广告进入商业话剧领域

### 第二节 2018-2019年中国网络游戏内置广告客户分析

- 一、汽车厂商发掘网络游戏内置广告商机
- 二、IT产品注重网络游戏内置广告营销
- 三、时尚品牌成网络游戏内置广告重点客户群
- 四、网络游戏内置广告开创我国药品传播新途径

### 第三节 2018-2019年中国网络游戏内置广告行业投资机遇及风险

- 一、金融危机成我国网络游戏内置广告发展商机
- 二、黄金档广告限播令为网络游戏内置广告带来机遇
- 三、网络游戏内置广告的收效评估与成本核算
- 四、网络游戏内置广告投资风险
- 五、网络游戏内置广告投资建议

## 第九章 2018-2019年中国网络游戏内置广告业前景预测与趋势展望

### 第一节 2018-2019年中国网络游戏内置广告行业的发展趋势

- 一、发展全球化
- 二、涉及领域广泛化
- 三、媒体运用多样化
- 四、运作模式复杂化

### 第二节 2018-2019年中国网络游戏内置广告行业前景展望

- 一、网络游戏内置广告发展潜力巨大
- 二、中国网络游戏内置广告行业前景广阔
- 三、网络游戏内置广告发展前景看好

## 图表目录

图表：2005-2019年中国GDP总量及增长趋势图



图表：2019年一季度中国三产业增加值结构图

图表：2018-2019年中国CPI、PPI月度走势图

图表：2005-2019年我国城镇居民可支配收入增长趋势图

图表：2005-2019年我国农村居民人均纯收入增长趋势图

图表：2000-2019年中国城乡居民人均收入增长对比图

图表：1978-2019中国城乡居民恩格尔系数对比表

图表：1978-2019中国城乡居民恩格尔系数走势图

图表：2005-2019年中国工业增加值增长趋势图

图表：2005-2019年我国社会固定资产投资额走势图

图表：2005-2019年我国城乡固定资产投资额对比图

图表：2005-2019年我国财政收入支出走势图

图表：2019年1月-2019年4月人民币兑美元汇率中间价

图表：2019年4月人民币汇率中间价对照表

图表：2019年1月-2019年3月中国货币供应量统计表 单位：亿元

图表：2019年1月-2019年3月中国货币供应量的增速走势图

图表：2001-2019年中国外汇储备走势图

图表：2005-2019年中国外汇储备及增速变化图

图表：2019年12月23日中国人民银行利率调整表

图表：2007-2019年央行历次调整利率时间及幅度表

图表：我国历年存款准备金率调整情况统计表

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R03/R0305/202005/07-346074.html>