

# 2023-2029年中国原生视频 广告行业研究与投资潜力分析报告

## 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

《2023-2029年中国原生视频广告行业研究与投资潜力分析报告》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/R09/R0904/202309/14-561297.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

产业研究报告网发布的《2023-2029年中国原生视频广告行业研究与投资潜力分析报告》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 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 2023-2029年中国原生视频广告发展前景预测分析

### 第一节 2023-2029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、2023-2029年中国原生视频广告市场规模预测

### 第二节 2023-2029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 2023-2029年中国原生视频广告业盈利预测分析

## 第十章 2023-2029年中国原生视频广告投资机会与风险分析

### 第一节 2023-2029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 2023-2029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 2023-2029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：<http://www.chinairr.org/report/R09/R0904/202309/14-561297.html>