

中国映前广告市场竞争现状与发展策略分析报告2021-2026年

产品名称	中国映前广告市场竞争现状与发展策略分析报告 2021-2026年
公司名称	北京中研智业信息咨询有限公司
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	北京市朝阳区北苑东路19号院4号楼27层2708（ 注册地址）
联系电话	010-57126768 15263787971

产品详情

中国映前广告市场竞争现状与发展策略分析报告2021-2026年【报告编号】：332011【出版时间】：

2021年4月【出版机构】：中研智业研究院【交付方式】：EMIL电子版或特快专递

【报告价格】：【纸质版】：6500元【电子版】：6800元【纸质+电子】：7000元【联系人】：

杨静--客服专员【报告来源】：<http://www.zyzyjy.com/baogao/332011.html>

免费售后服务一年，具体内容及订购程欢迎咨询客服人员。

【报告目录】

第一部分 项目概述 第一章 映前广告行业发展概述 1 第一节 广告简介 1一、广告的概念
1二、广告的本质特点和要素 1三、广告的分类和主要形式 2四、广告媒体简介 4 第二节 映前广告
9一、映前广告的概念 9二、映前广告的划分 10三、映前广告的主要功能 10四、映前广告媒体
11五、映前广告的特征 11 第二章 国外广告行业发展分析 13 第一节 世界广告行业发展概况
13一、2018-2021年全球广告经营状况 13二、2021年世界广告业排名状况分析
13三、2021年3月世界广告业发展状况 15 第二节 2021年世界广告业发展状况分析
16一、2021年世界广告业发展规模分析 16二、2021年世界广告业发展特点分析
17三、2021年世界广告企业竞争分析 19 第三节 全球广告市场分析 21一、全球广告市场格局分析
21二、2021年戛纳广告节的开展情况 24三、2021年全球广告支出情况分析
26四、2021年全球互联网广告开支额 28五、欧债危机对广告行业的冲击
30六、2017-2021年中国对全球广告市场的贡献 32 第四节 2021-2026年世界广告业发展趋势分析
33一、世界广告发展新趋势变化 33二、虚拟世界广告发展前景分析 36三、2021年全球广告支出增长
39四、2021-2026年全球广告预算情况 41五、2021-2026年广告行业发展前景 41 第二部分 行业分析 第三章
世界映前广告业发展分析 43 第一节 世界映前广告市场发展分析
43一、2018-2021年全球映前广告市场发展分析 43二、2018-2021年全球映前广告开销增长情况
44三、2018-2021年全球广告支出情况分析 44四、2018-2021年全球映前广告市场动态透析 46 第二节
美国映前广告市场分析 46一、美国映前广告的发展 46二、2018-2021年美国互联网广告的收入情况

47三、2018-2021年美国在线广告收入情况分析 48四、2018-2021年美国映前广告市场在中国情况
50五、2018-2021年美国映前广告市场竞争格局 51第三节 欧洲映前广告市场分析
52一、欧洲映前广告市场特点分析 52二、2018-2021年欧洲互联网广告的收入情况
52三、2018-2021年欧洲在线广告收入情况分析 54四、2018-2021年欧洲映前广告市场规模情况
54五、2018-2021年欧洲映前广告市场竞争格局 55第四节 日本映前广告市场状况
56一、日本广告市场状况分析 56二、2018-2021年日本移动互联网广告的收入情况
56三、2018-2021年日本网络在线广告收入情况分析 57四、2018-2021年日本映前广告市场规模情况
57五、2018-2021年日本映前广告市场竞争格局 59第五节 韩国映前广告发展状况
59一、韩国映前广告市场特点分析 59二、2018-2021年韩国移动广告的收入情况
60三、2018-2021年韩国在线广告收入情况分析 61四、2018-2021年韩国映前广告市场情况
61五、2018-2021年韩国映前广告与韩国文化 62第四章 我国广告行业发展现状 63第一节
中国广告行业综合状况分析 63一、中国本土广告业发展现状 63二、中国广告产业在外资重压下发展
64三、中国本土广告公司的SWOT分析 68四、国家 政策促进广告业发展 81第二节
我国广告市场发展分析 82一、2018-2021年中国广告发展现状 82二、2021年内地广告市场规模分析
90三、2021年中国广告市场价值分析 91四、2021年中国广告市场的投放额
91五、2021年广告行业人才供求情况 96六、2021年广告市场面临的挑战 97第三节 我国广告市场规范情况
98一、2021年中国查处广告违法案件情况 98二、2021年广告业存在的主要问题探讨
99三、2021年中国广告行业新的自律规则 100四、广告行业结盟维护创意版权 104第五章
我国映前广告行业发展分析 107第一节 映前广告发展现状分析 107一、2021年互联网广告现状发展分析
107二、2021年5月中国映前广告发展分析 108第二节 中国互联网广告市场发展分析
112一、互联网广告价值解析 112二、映前广告的发展是时代的选择
117三、中国映前广告收入增长步入快车道 118四、中国映前广告市场发展特点
121五、映前广告市场发展趋于理性 122第三节 中国映前广告市场价格及盈利分析
123一、中国映前广告价格情况分析 123二、映前广告的各种计价方式分析
124三、中国网络媒体广告定价方式发展 125四、互联网广告盈利模式创新分析 127第四节
互联网广告市场存在问题 130一、互联网广告市场竞争中的问题 130二、数字媒体营销出现的问题分析
131三、中国映前广告中欺诈行为分析 134第三部分 市场分析第六章 我国映前广告市场分析 138第一节
2021年1-5月中国映前广告市场分析 138一、整体花费情况分析 138二、各业广告投放情况
139三、广告主的竞争情况 142第二节 2021年5月中国映前广告市场分析 148一、整体花费情况分析
148二、各业广告投放情况 148三、广告主的竞争情况 149第三节 2018-2021年中国映前广告市场分析
151一、2021年四大门户网站广告收入情况 151二、2021年中国映前广告市场规模情况
151三、2021年中国网络展示广告市场价值 152四、2021年房地产行业映前广告的投放
154五、2021年汽车行业映前广告投放情况 155第七章 中国映前广告受众及投放分析 156第一节
映前广告的投放原因及特点 156一、投映前广告的原因 156二、映前广告在广告媒体中的地位
159三、映前广告接受度情况分析 161四、制约映前广告发展的因素 162第二节 映前广告受众分析
162一、受众接触映前广告的黄金时间 162二、受众zui感兴趣的广告形式
163三、受众zui感兴趣的广告内容 163第三节 影响映前广告投放的要素分析
164一、影响映前广告投放宏观因素分析 164二、吸引受众的zui重要的要素
164三、消费热点决定记忆程度 165第八章 中国映前广告主分析 167第一节 我国映前广告主分布情况
167一、2018-2021年映前广告主数量情况分析 167二、2018-2021年映前广告主投放费用分析
167三、2018-2021年映前广告主区域分布情况 168第二节 细分行业映前广告投放分析
169一、2017-2021年交通汽车类广告主映前广告投放分析
169二、2017-2021年IT产品类广告主映前广告投放分析 169三、2017-2021年旅游广告主映前广告投放分析
170四、2017-2021年通讯服务类广告主映前广告投放分析 170第九章
2017-2021年中国映前广告产业运行动态分析 171第一节 2017-2021年中国映前广告产业发展概述
171一、映前广告产业特点分析 171二、视频业广告模式影响分析
173三、中国互联网广告中映前广告zui热 174第二节 2017-2021年中国富媒体产业发展分析
175一、富媒体广告的历史及发展形式 175二、富媒体广告的产业价值分析
178三、中国富媒体广告营收状况 179四、富媒体面临发展机遇 180第三节
2017-2021年中国映前广告问题对策分析 184一、网络映前广告发展阻碍因素分析
184二、在线映前广告技术尚不成熟 185三、网络映前广告大发展尚需时日

187四、映前广告媒体化才有生机 189五、视频网站遭遇盈利难题 192六、映前广告盈利思路分析
194第十章 中国映前广告市场竞争分析 195第一节 互联网广告与映前广告的竞争
195一、映前广告与传统广告的对比特势 195二、映前广告与传统广告市场竞争分析
196三、映前广告与报纸广告市场竞争分析 197四、映前广告与户外广告市场竞争分析 198第二节
映前广告市场竞争现状 198一、映前广告市场竞争格局分析 198二、2018-2021年映前广告市场竞争分析
200第十一章 映前广告企业竞争策略分析 201第一节 映前广告市场竞争策略分析
201一、2021年映前广告市场增长潜力分析 201二、2021年映前广告主要潜力品种分析
202三、现有映前广告产品竞争策略分析 202四、潜力映前广告品种竞争策略选择
204五、典型企业产品竞争策略分析 205第二节 映前广告企业竞争策略分析
206一、2021-2026年我国映前广告市场竞争趋势 206二、2021-2026年映前广告行业竞争格局展望
207三、2021-2026年映前广告行业竞争策略分析 207四、2021-2026年映前广告企业竞争策略分析
209第十二章 2017-2021年中国映前广告重点区域市场分析 211第一节 北京映前广告市场
211一、北京映前广告投放规模 211二、北京映前广告投放时间特征分析 211三、映前广告受众分析
212四、映前广告投放行业特征分析 213五、投放映前广告的主要品牌分布 214第二节 上海映前广告市场
214一、上海映前广告投放规模 214二、上海映前广告投放时间特征分析 215三、映前广告受众分析
215四、映前广告投放行业特征分析 216五、投放映前广告的主要品牌分布 217第三节 广州映前广告市场
217一、广州映前广告投放规模 217二、广州映前广告投放时间特征分析 218三、映前广告受众分析
218四、映前广告投放行业特征分析 219五、投放映前广告的主要品牌分布 220第十三章
中国映前广告公司分析 221第一节 好耶 221一、公司简介 221二、好耶企业优势分析
221三、好耶业务经营及分布 221四、好耶的智易营销连锁营销模式 228五、好耶AdForward广告管理系统
228六、分众传媒收购好耶 230第二节 北京华扬联众广告公司 230一、公司简介
230二、WPP集团收购华扬联众 231三、华扬联众业务经营状况 231四、华扬联众与分众的竞争分析
232第三节 麒润 233一、公司简介 233二、麒润广告联盟 234三、麒润优势及发展状况
235四、麒润科技的“一网天下”网络广告业务系统支持平台 236第四部分 前景分析第十四章
映前广告行业发展趋势分析 237第一节 中国广告行业发展趋势分析 237一、中国广告业发展新动向
237二、2021年中国广告市场趋势解析 242三、2021-2026年中国广告行业发展前景
245四、2021-2026年中国对全球广告市场的推动 248五、2021年中国广告市场发展新媒体趋势 255第二节
中国映前广告市场趋势前景分析 259一、中国映前广告市场发展前景 259二、中国映前广告市场潜力分析
260三、中国映前广告发展趋势分析 263第十五章 未来映前广告行业发展 268第一节
2021-2026年国际映前广告市场 268一、2021-2026年全球映前广告行业供给
268二、2021-2026年全球映前广告市场需求前景 269三、2021-2026年全球映前广告市场价格 269第二节
映前广告市场发展 270一、2021-2026年全球主要映前广告市场发展
270二、2021年我国主要形式映前广告市场分析 271三、2021-2026年中国映前广告发展趋势
271四、2021-2026年中国映前广告市场规模 272五、2021-2026年游戏内置广告发展趋势分析
273六、2021-2026年我国网盟广告市场发展 276第三节 2021-2026年国内映前广告市场
278一、2021-2026年国内映前广告行业供给 278二、2021-2026年国内映前广告市场需求前景
279三、2021-2026年国内映前广告市场价格 283四、2021-2026年国内映前广告行业集中度 284第五部分
投资分析第十六章 映前广告行业投资现状分析 285第一节 2021年映前广告行业投资情况分析
285一、2021年总体投资及结构 285二、2021年投资规模情况 286三、2021年投资增速情况 287第二节
2021年一季度广告行业投资情况分析 288一、2021年一季度总体投资及结构
288二、2021年一季度投资规模情况 289三、2021年一季度投资增速情况 290第十七章
映前广告行业投资环境分析 292第一节 经济发展环境分析 292一、2018-2021年我国宏观经济运行情况
292二、2021-2026年我国宏观经济形势分析 293三、2021-2026年投资趋势及其影响 297第二节
政策法规环境分析 298一、2021年映前广告行业政策环境 298二、2021年国内宏观政策对其影响
303三、2021年行业产业政策对其影响 304第三节 社会发展环境分析 305一、国内社会环境发展现状
305二、2021年社会环境发展分析 311三、2021-2026年社会环境对行业的影响分析 320第十八章
映前广告行业投资机会与风险 322第一节 映前广告行业投资效益分析
322一、2018-2021年映前广告行业投资状况分析 322二、2021-2026年映前广告行业投资效益分析
326三、2021-2026年映前广告行业投资趋势 329四、2021-2026年映前广告行业的投资方向
330五、新进入者应注意的障碍因素分析 332第二节 影响映前广告行业发展的主要因素
334一、2021-2026年影响映前广告行业运行的有利因素分析

334二、2021-2026年影响映前广告行业运行的稳定因素分析
336三、2021-2026年影响映前广告行业运行的不利因素分析
337四、2021-2026年我国映前广告行业发展面临的挑战分析
340五、2021-2026年我国映前广告行业发展面临的机遇分析 341 第三节
映前广告行业投资风险及控制策略分析 343一、2021-2026年映前广告行业市场风险及控制策略
343二、2021-2026年映前广告行业政策风险及控制策略
344三、2021-2026年映前广告行业经营风险及控制策略
344四、2021-2026年映前广告行业技术风险及控制策略
345五、2021-2026年映前广告同业竞争风险及控制策略
345六、2021-2026年映前广告行业其他风险及控制策略 347七、中研智业研究院投资建议
348 图表目录
图表：2021年亚太区新业务收入（按市场划分）分析
22图表：2021年控股集团亚太区新业务排行分析 23图表：2021年控股集团中国区新业务排行分析
23图表：2016-2021年全球广告市场规模分析 41图表：2021年全球票房收入情况
44图表：2021年欧元区广告费用支出增长情况分析 54图表：万达不同地区银幕映前广告价格分析
124图表：资阳太平洋电影城映前银幕宣传广告价格分析 124图表：同地区的映前广告价格分析1
125图表：不同地区的映前广告价格分析2 125图表：2021年中国广告花费情况
139图表：2017-2021年各媒体广告资源量变化情况分析 140图表：2021年中国广告行业花费分析
141图表：2021年中国品牌广告花费分析 142图表：2020年12月全国各业广告投放数量分析
148图表：2020年12月全国各业广告投放比率分析 148图表：2020年12月上海广告主竞争情况分析
149图表：2020年12月上海广告主竞争比率分析 149图表：2020年12月北京广告主竞争情况分析
150图表：2020年12月北京广告主竞争比率分析 150图表：2017-2021年中国四大门户网站广告收入增速
151图表：2012-2021年中国互联网广告市场规模
152图表：2012-2021年中国网络广告细分媒体市场结构趋势
153图表：2020年12月房地产映前广告投放比率分析 154图表：2020年12月全国汽车映前广告投放比率分析
155图表：不同阶层观看电影人数分析 158图表：不同文化层次观看电影人数分析
158图表：不同工作观看电影人数分析 158图表：不同收入观看电影人数分析
159图表：映前广告潜在消费者分析 159图表：映前广告观众行为分析 161图表：观众对映前广告态度分析
161图表：观众对映前广告可接受时长分析 162图表：观众观看电影进场时间分析
163图表：受众对映前广告风格类型喜好分析 163图表：观众易于接受映前广告行业类型分析
164图表：受众zui近印象够深的映前广告产品类型分析 166图表：2017-2021年各行业映前广告投放分析
167图表：2017-2021年交通汽车类广告主映前广告投放分析
169图表：2017-2021年IT类广告主映前广告投放分析
169图表：2017-2021年旅游类广告主映前广告投放分析
170图表：2017-2021年通讯类广告主映前广告投放分析 170图表：2021-2026年美国移动视频广告支出分析
173图表：2015-2021年每月观看一次电影的人群分析 202图表：2021年前三名映前广告投放分析
202图表：2021年北京映前广告投放金额前5大类别分析 211图表：北京电影观众进场时间分析
211图表：北京电影受众个人月收入分析 212图表：北京电影受众家庭月收入分析
212图表：北京电影受众对映前广告反映分析 213图表：北京映前广告吸引观众因素分析
213图表：2021年北京映前广告投放前6大类别分析
214图表：2021年上海映前广告投放金额前5大类别分析 214图表：上海电影观众进场时间分析
215图表：上海电影受众个人月收入分析 215图表：上海电影受众家庭月收入分析
216图表：上海电影受众对映前广告反映分析 216图表：上海映前广告吸引观众因素分析
216图表：2021年上海映前广告投放前6大类别分析
217图表：2021年广州映前广告投放金额前5大类别分析 217图表：广州电影观众进场时间分析
218图表：广州电影受众个人月收入分析 218图表：广州电影受众家庭月收入分析
219图表：广州电影受众对映前广告反映分析 219图表：广州映前广告吸引观众因素分析
219图表：2021年北京映前广告投放前6大类别分析
220图表：2010-2021年北京华扬联众广告公司业务收入情况
231图表：2013-2021年中国电影映前广告市场规模及增长率 272图表：2021年中国部分城市票房分析
274图表：2017-2021年电影广告投入分析 275图表：2014-2021年我国国内市场电影票房情况
278图表：2014-2021年中国电影广告市场规模分析 282图表：2021年映前广告所占电影广告比率

282图表：2021年映前广告所占电影广告比率 282图表：2017-2021年映前广告投放前十行业分析
284图表：2020年四季度整体市场广告分析 289图表：2012-2021年中国电影产业年数据
322图表：2021年映前广告客户品类、产品数量分析 323图表：2014-2021年电影广告投放数额分析
323图表：电影广告和电视广告的比较分析 330