

# 2022年中国原生广告市场最新进展及潜力分析

产品名称	2022年中国原生广告市场最新进展及潜力分析
公司名称	湖南贝哲斯信息咨询有限公司
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	开福区新河街道晴岚路68号北辰凤凰天阶苑B1E1区N单元10楼10033号
联系电话	18163706525 19918827775

## 产品详情

依据报告中对原生广告产业规模的分析部分，2022年全球原生广告市场规模达到6355.66亿元（人民币），中国原生广告市场规模达x.x亿元，约占全球原生广告市场总份额的%。报告预测至2028年，全球原生广告市场规模将会达到14097.51亿元，预测期间内将达到14.24%的年均复合增长率。

原生广告行业调研报告重点研究全球北美、欧洲、亚太、拉丁美洲，中东和非洲地区。地区是全球最大的消费市场，2022年的市场规模达 亿元，预计到2028年将以 %的年度增幅增长至 亿元。

报告对原生广告行业的发展状况、竞争格局、梯队建设、行业发展整合等方面进行了详细解读，其中研究的重点业内企业为Instinctive, TripleLift, IAB Playbook, Polar, Outbrain, AdsNative, OneSpot, Livefyre, Sharethrough，业内TOP3企业2021年和2022年的市场总份额分别为 %和 %。

此外，报告还基于产业链发展，涵盖了上下游细分市场的市场规模情况、市场份额分析、以及产品价格走势。报告中涵盖的原生广告行业细分种类为广告内嵌（IAB标准），搜索广告, 推荐单位, 在 Feed 广告单元中, 自定义内容, 促销清单。当前市场以 亿元人民币的规模lingxian种类市场，占 %的市场份额。在预测期间内，报告预测市场将会以 %的增长率增长，并在2028年达 亿元的市场规模。

报告涵盖的应用领域为混合平台, 封闭平台, 开放平台。基于客观数据、多渠道信息以及科学分析，报告对原生广告行业细分市场的未来发展趋势做出了预判，并预测将会成为原生广告行业需求最大的终端领域，在预测期间内将以 %的增幅在2028年达到 亿元的市场规模。

原生广告是一种在线广告，它与其出现的平台的功能和形式相匹配。换句话说，它是一种品牌广告形式，使营销人员能够更好地利用从品牌推广到直接营销的数字营销（以满足沟通需求）。例如，为了推销产品，广告商撰写了一篇文章，但使用与编辑人员撰写的文章相同的形式。原生广告格式包括图像、文章、推荐视频、音乐等。该技术的示例包括 Twitter 的推广推文、搜索广告和 Facebook 的推广帖子。

原生广告行业市场研究报告以该行业特征、市场供需现状、国际大环境及国内环境为基础，先后分析了原生广告市场整体发展态势、原生广告市场规模与增长率、产销和进出口变化趋势、行业竞争格局等，最后预测2023年后行业规模变化情况。报告还提及行业细分领域机会和市场竞争风险、技术风险、政策风险，对行业企业来说都大有益处。

原生广告市场主要企业包括：

Instinctive

TripleLift

IAB Playbook

Polar

Outbrain

AdsNative

OneSpot

Livefyre

Sharethrough

原生广告类别划分：

广告内嵌（IAB 标准）

搜索广告

推荐单位

在 Feed 广告单元中

自定义内容

促销清单

原生广告应用领域划分：

混合平台

封闭平台

开放平台

报告研究了全球与中国原生广告行业竞争格局、前端企业发展历程，以图表形式呈现主要企业原生广告销量、收入、价格、毛利率、市场份额等关键指标，拆解各龙头企业的差异性，对比分析各企业份额占比及竞争策略，并总结未来商业模式的潜在变化趋势，帮助原生广告行业企业和潜在进入者准确了解行业当前最新发展动向，及早发现行业市场的空白点、机会点、增长点、及威胁点。通过掌握市场各项数据和各类信息及市场趋势，帮助企业正确制定发展战略，形成良好的可持续发展优势，有效规避相关风险。

报告先后对全球原生广告市场和细分区域及各地区主要国家进行全面、细致的研究，介绍各地区行业发展背景及现状，突出各个地区的规模差异、经济和政策差异以及发展空间大小。为全面了解全球各地区原生广告市场动态，报告将全球市场细分为以下几个区域：

北美（美国、加拿大、墨西哥）

欧洲（德国、英国、法国、意大利、北欧、西班牙、比利时、波兰、俄罗斯、土耳其）

亚太（中国、日本、澳大利亚和新西兰、印度、东盟、韩国）

拉丁美洲，中东和非洲（海湾合作委员会国家、巴西、尼日利亚、南非、阿根廷）

原生广告市场分析报告各章节内容如下：

第一章：原生广告行业简介、市场规模和增长率（按主要类型、应用、地区划分）、全球与中国原生广告市场发展趋势；

第二章：原生广告市场动态、竞争格局、PEST、供应链分析；

第三章：全球与中国原生广告主要厂商2021和2022年销售量、销售额及市场份额、TOP3企业SWOT分析；

第四章：2017-2028年全球与中国原生广告主要类型分析（发展趋势、销售量、销售额、市场份额及价格走势）；

第五章：2017-2028年全球与中国原生广告最终用户分析（下游客户端、市场销量、值及市场份额）；

第六章：2017-2022年全球主要地区（中国、北美、欧洲、亚太、拉美、中东及非洲市场）原生广告产量、进口、销量、出口分析；

第七至第十章：分别对北美、欧洲、亚太、拉丁美洲，中东和非洲地区原生广告主要类型、应用格局、主要国家市场销量与增长率分析；

第十一章：列举了全球与中国原生广告主要生厂商，涵盖企业基本信息、产品规格特点、及2017-2022年原生广告销售量、销售收入、价格、毛利及毛利率分析；

第十二章：原生广告行业前景与风险。

# 目录

## 第一章 行业概述及全球与中国市场发展现状

### 1.1 原生广告行业简介

#### 1.1.1 原生广告行业界定及分类

#### 1.1.2 原生广告行业特征

#### 1.1.3 全球与中国市场原生广告销售量及增长率（2017年-2028年）

#### 1.1.4 全球与中国市场原生广告产值及增长率（2017年-2028年）

### 1.2 全球原生广告主要类型市场规模及增长率（2017年-2028年）

#### 1.2.1 广告内嵌（IAB 标准）

#### 1.2.2 搜索广告

#### 1.2.3 推荐单位

#### 1.2.4 在 Feed 广告单元中

#### 1.2.5 自定义内容

#### 1.2.6 促销清单

### 1.3 全球原生广告主要终端应用领域市场规模及增长率（2017年-2028年）

#### 1.3.1 混合平台

#### 1.3.2 封闭平台

#### 1.3.3 开放平台

### 1.4 按地区划分的细分市场

#### 1.4.1 2017年-2028年北美原生广告消费市场规模和增长率

#### 1.4.2 2017年-2028年欧洲原生广告消费市场规模和增长率

#### 1.4.3 2017年-2028年亚太地区原生广告消费市场规模和增长率

#### 1.4.4 2017年-2028年拉丁美洲，中东和非洲原生广告消费市场规模和增长率

### 1.5 全球原生广告销售量、价格、销售额、毛利、毛利率及预测（2017年-2028年）

#### 1.5.1 全球原生广告销售量、价格、销售额、毛利、毛利率及发展趋势（2017年-2028年）

### 1.6 中国原生广告销售量、价格、销售额及预测（2017年-2028年）

## 1.6.1 中国原生广告销售量、价格、销售额及预测（2017年-2028年）

## 第二章 全球原生广告市场趋势和竞争格局

### 2.1 市场趋势和动态

#### 2.1.1 市场挑战与约束

#### 2.1.2 市场机会与潜力

#### 2.1.3 全球企业并购信息

### 2.2 竞争格局分析

#### 2.2.1 产业集中度分析

#### 2.2.2 原生广告行业波特五力模型分析

#### 2.2.3 原生广告行业PEST分析

### 2.3 原生广告行业供应链分析

#### 2.3.1 主要原料及供应情况

#### 2.3.2 原生广告行业下游情况分析

#### 2.3.3 上下游行业对原生广告行业的影响

## 第三章 全球与中国主要厂商原生广告销售量、销售额及竞争分析

### 3.1 全球与中国原生广告市场主要厂商2021和2022年销售量、销售额及市场份额

#### 3.1.1 全球与中国原生广告市场主要厂商2021和2022年销售量列表

#### 3.1.2 全球与中国原生广告市场主要厂商2021和2022年销售额列表

#### 3.1.3 全球与中国原生广告市场主要厂商2021和2022年市场份额

### 3.2 原生广告全球与中国TOP3企业SWOT分析

## 第四章 全球与中国原生广告主要类型销售量、销售额、市场份额及价格（2017年-2028年）

### 4.1 主要类型产品发展趋势

### 4.2 全球市场原生广告主要类型销售量、销售额、市场份额及价格

#### 4.2.1 全球市场原生广告主要类型销售量及市场份额（2017年-2028年）

#### 4.2.2 全球市场原生广告主要类型销售额及市场份额（2017年-2028年）

#### 4.2.3 全球市场原生广告主要类型价格走势（2017年-2028年）

## 4.3 中国市场原生广告主要类型销售量、销售额及市场份额

### 4.3.1 中国市场原生广告主要类型销售量及市场份额（2017年-2028年）

### 4.3.2 中国市场原生广告主要类型销售额及市场份额（2017年-2028年）

### 4.3.3 中国市场原生广告主要类型价格走势（2017年-2028年）

## 第五章 全球与中国原生广告主要终端应用领域市场细分

### 5.1 终端应用领域的下游客户端分析

### 5.2 全球原生广告市场主要终端应用领域销售量、值及市场份额

#### 5.2.1 全球市场原生广告主要终端应用领域销售量及市场份额（2017年-2028年）

#### 5.2.2 全球原生广告市场主要终端应用领域值、市场份额（2017年-2028年）

### 5.3 中国市场主要终端应用领域原生广告销售量、值及市场份额

#### 5.3.1 中国原生广告市场主要终端应用领域销售量及市场份额（2017年-2028年）

#### 5.3.2 中国原生广告市场主要终端应用领域值、市场份额（2017年-2028年）

## 第六章 全球主要地区原生广告产量，进口，销量和出口分析（2017-2022年）

### 6.1 中国原生广告市场2017-2022年产量、进口、销量、出口

### 6.2 北美原生广告市场2017-2022年产量、进口、销量、出口

### 6.3 欧洲原生广告市场2017-2022年产量、进口、销量、出口

### 6.4 亚太原生广告市场2017-2022年产量、进口、销量、出口

### 6.5 拉美，中东，非洲原生广告市场2017-2022年产量、进口、销量、出口

## 第七章 北美原生广告市场分析

### 7.1 北美原生广告主要类型市场分析（2017年-2028年）

### 7.2 北美原生广告主要终端应用领域格局分析（2017年-2028年）

### 7.3 北美主要国家原生广告市场分析和预测（2017年-2028年）

#### 7.3.1 美国原生广告市场销售量,销售额和增长率(2017年-2028年)

#### 7.3.2 加拿大原生广告市场销售量,销售额和增长率(2017年-2028年)

#### 7.3.3 墨西哥原生广告市场销售量,销售额和增长率(2017年-2028年)

## 第八章 欧洲原生广告市场分析

8.1 欧洲原生广告主要类型市场分析 (2017年-2028年)

8.2 欧洲原生广告主要终端应用领域格局分析 (2017年-2028年)

8.3 欧洲主要国家原生广告市场分析 (2017年-2028年)

8.3.1 德国原生广告市场销售量、销售额和增长率 (2017年-2028年)

8.3.2 英国原生广告市场销售量、销售额和增长率 (2017年-2028年)

8.3.3 法国原生广告市场销售量、销售额和增长率 (2017年-2028年)

8.3.4 意大利原生广告市场销售量、销售额和增长率 (2017年-2028年)

8.3.5 北欧原生广告市场销售量、销售额和增长率 (2017年-2028年)

8.3.6 西班牙原生广告市场销售量、销售额和增长率 (2017年-2028年)

8.3.7 比利时原生广告市场销售量、销售额和增长率 (2017年-2028年)

8.3.8 波兰原生广告市场销售量、销售额和增长率 (2017年-2028年)

8.3.9 俄罗斯原生广告市场销售量、销售额和增长率 (2017年-2028年)

8.3.10 土耳其原生广告市场销售量、销售额和增长率 (2017年-2028年)

## 第九章 亚太原生广告市场分析

9.1 亚太原生广告主要类型市场分析 (2017年-2028年)

9.2 亚太原生广告主要终端应用领域格局分析 (2017年-2028年)

9.3 亚太主要国家原生广告市场分析 (2017年-2028年)

9.3.1 中国原生广告市场销售量、销售额和增长率 (2017年-2028年)

9.3.2 日本原生广告市场销售量、销售额和增长率 (2017年-2028年)

9.3.3 澳大利亚和新西兰原生广告市场销售量、销售额和增长率 (2017年-2028年)

9.3.4 印度原生广告市场销售量、销售额和增长率 (2017年-2028年)

9.3.5 东盟原生广告市场销售量、销售额和增长率 (2017年-2028年)

9.3.6 韩国原生广告市场销售量、销售额和增长率 (2017年-2028年)

## 第十章 拉丁美洲，中东和非洲原生广告市场分析

10.1 拉丁美洲，中东和非洲原生广告主要类型市场分析 (2017年-2028年)

10.2 拉丁美洲，中东和非洲原生广告主要终端应用领域格局分析 (2017年-2028年)

## 10.3 拉丁美洲，中东和非洲主要国家原生广告市场分析 (2017年-2028年)

### 10.3.1 海湾合作委员会国家原生广告市场销售量、销售额和增长率 (2017年-2028年)

### 10.3.2 巴西原生广告市场销售量、销售额和增长率 (2017年-2028年)

### 10.3.3 尼日利亚原生广告市场销售量、销售额和增长率 (2017年-2028年)

### 10.3.4 南非原生广告市场销售量、销售额和增长率 (2017年-2028年)

### 10.3.5 阿根廷原生广告市场销售量、销售额和增长率 (2017年-2028年)

## 第十一章 全球与中国原生广告主要生产商分析

### 11.1 Instinctive

#### 11.1.1 Instinctive基本信息介绍、生产基地、销售区域、竞争对手及市场地位

#### 11.1.2 Instinctive原生广告产品规格、参数、特点

#### 11.1.3 Instinctive原生广告销售量、销售收入、价格、毛利及毛利率 (2017-2022年)

### 11.2 TripleLift

#### 11.2.1 TripleLift基本信息介绍、生产基地、销售区域、竞争对手及市场地位

#### 11.2.2 TripleLift原生广告产品规格、参数、特点

#### 11.2.3 TripleLift原生广告销售量、销售收入、价格、毛利及毛利率 (2017-2022年)

### 11.3 IAB Playbook

#### 11.3.1 IAB Playbook基本信息介绍、生产基地、销售区域、竞争对手及市场地位

#### 11.3.2 IAB Playbook原生广告产品规格、参数、特点

#### 11.3.3 IAB Playbook原生广告销售量、销售收入、价格、毛利及毛利率 (2017-2022年)

### 11.4 Polar

#### 11.4.1 Polar基本信息介绍、生产基地、销售区域、竞争对手及市场地位

#### 11.4.2 Polar原生广告产品规格、参数、特点

#### 11.4.3 Polar原生广告销售量、销售收入、价格、毛利及毛利率 (2017-2022年)

### 11.5 Outbrain

#### 11.5.1 Outbrain基本信息介绍、生产基地、销售区域、竞争对手及市场地位

#### 11.5.2 Outbrain原生广告产品规格、参数、特点

11.5.3 Outbrain原生广告销售量、销售收入、价格、毛利及毛利率（2017-2022年）

11.6 AdsNative

11.6.1 AdsNative基本信息介绍、生产基地、销售区域、竞争对手及市场地位

11.6.2 AdsNative原生广告产品规格、参数、特点

11.6.3 AdsNative原生广告销售量、销售收入、价格、毛利及毛利率（2017-2022年）

11.7 OneSpot

11.7.1 OneSpot基本信息介绍、生产基地、销售区域、竞争对手及市场地位

11.7.2 OneSpot原生广告产品规格、参数、特点

11.7.3 OneSpot原生广告销售量、销售收入、价格、毛利及毛利率（2017-2022年）

11.8 Livefyre

11.8.1 Livefyre基本信息介绍、生产基地、销售区域、竞争对手及市场地位

11.8.2 Livefyre原生广告产品规格、参数、特点

11.8.3 Livefyre原生广告销售量、销售收入、价格、毛利及毛利率（2017-2022年）

11.9 Sharethrough

11.9.1 Sharethrough基本信息介绍、生产基地、销售区域、竞争对手及市场地位

11.9.2 Sharethrough原生广告产品规格、参数、特点

11.9.3 Sharethrough原生广告销售量、销售收入、价格、毛利及毛利率（2017-2022年）

第十二章 原生广告行业投资前景与风险分析

12.1 原生广告行业投资前景分析

12.1.1 细分市场投资机会

12.1.2 区域市场投资机会

12.1.3 细分行业投资机会

12.2 原生广告行业投资风险分析

12.2.1 市场竞争风险

12.2.2 技术风险分析

12.2.3 政策影响和企业体制风险

在当前经济环境下，企业都在寻求新的生机。报告对原生广告行业做了全面具体的分析，并辅以清晰的图表等形式展示，能够帮助原生广告行业制造商、贸易商等目标企业对行业未来发展有一个清晰的了解，在zuijia指导下逐步扩大市场，实现经济效益最大化。

湖南贝哲斯信息咨询有限公司是一家业内专业的现代化咨询公司，从事市场调研服务、商业报告、技术咨询等三大主要业务范畴。我们的宗旨是为合作伙伴源源不断地带来短期及长期的显著效益，通过强大的部委渠道支持、丰富的行业数据资源、创新的研究方法等，精益求精地完成每一次合作。贝哲斯已为上千家包括初创企业、机构、银行、研究所、行业协会、咨询公司和各类公司在内的单位提供了专业的市场研究报告、咨询及竞争情报服务，项目获取好评同时，也建立了长期的合作伙伴关系。

报告编码：2125433