



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2013-2018年中国映前广告市场 深度分析与投资前景预测报告

# 一、调研说明

《2013-2018年中国映前广告市场深度分析与投资前景预测报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/237152.html>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：[sales@icandata.com](mailto:sales@icandata.com)

联系人：刘老师

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、摘要、目录、图表

映前广告就是在指定的电影院、指定时间内，在所有播放的影片前播放视频广告。广告的创新也是很重 要，一个新颖的广告能够抓住观众的眼球。映前广告的形式以数字或胶片广告为主，分为2D或3D形式，可以提供给映前广告公司，按要求进行转制，最终形成在电影播放前呈现给观众版本。研究认为，目前映前广告最主要的问题是行业还比较分散，市场规模还不是很大，一些环节存在运作不规范现象，这些问题的解决有赖于行业整合，形成规模化经营。

艾凯咨询集团发布的《2013-2018年中国映前广告市场深度分析与投资前景预测报告》共十四章。首先介绍了映前广告相关概述、中国映前广告市场运行环境等，接着分析了中国映前广告市场发展的现状，然后介绍了中国映前广告重点区域市场运行形势。随后，报告对中国映前广告重点企业经营状况分析，最后分析了中国映前广告行业发展趋势与投资预测。您若想对映前广告产业有个系统的了解或者想投资映前广告行业，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。

### 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、2012-2013年全球广告经营状况 13
- 二、2012年世界广告业排名状况分析 13
- 三、2013年世界广告业发展状况 15

### 第二节 2012年世界广告业发展状况分析 16

- 一、2012年世界广告业发展规模分析 16
- 二、2012年世界广告业发展特点分析 17
- 三、2012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、2012年戛纳广告节的开展情况 24
- 三、2012年全球广告支出情况分析 26
- 四、2012年全球互联网广告开支额 28
- 五、2012年欧债危机对广告行业的冲击 30
- 六、2013年中国对全球广告市场的贡献 32

### 第四节 2013-2018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、2013年全球广告支出增长 39
- 四、2013-2014年全球广告预算情况 41
- 五、2013-2018年广告行业发展前景 41

## 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、2012-2013年全球映前广告市场发展分析 43
- 二、2012-2013年全球映前广告开销增长情况 44
- 三、2012-2013年全球广告支出情况分析 44
- 四、2012-2013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、2012-2013年美国互联网广告的收入情况 47

三、2012-2013年美国在线广告收入情况分析	48
四、2012-2013年美国映前广告市场在中国情况	50
五、2012-2013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、2012-2013年欧洲互联网广告的收入情况	52
三、2012-2013年欧洲在线广告收入情况分析	54
四、2012-2013年欧洲映前广告市场规模情况	54
五、2012-2013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、2012-2013年日本移动互联网广告的收入情况	56
三、2012-2013年日本网络在线广告收入情况分析	57
四、2012-2013年日本映前广告市场规模情况	57
五、2012-2013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、2012-2013年韩国移动广告的收入情况	60
三、2012-2013年韩国在线广告收入情况分析	61
四、2012-2013年韩国映前广告市场情况	61
五、2012-2013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、2012-2013年中国广告发展现状	82
二、2013年内地广告市场规模分析	90
三、2013年中国广告市场价值分析	91

- 四、2012年中国广告市场的投放额 91
- 五、2012年广告行业人才供求情况 96
- 六、2013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、2012年中国查处广告违法案件情况 98
  - 二、2012年广告业存在的主要问题探讨 99
  - 三、2012年中国广告行业新的自律规则 100
  - 四、2012年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、2012年互联网广告现状发展分析 107
- 二、2013年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

## 第六章 我国映前广告市场分析 138

### 第一节 2012年1-12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 2013年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 2012-2013年中国映前广告市场分析 151
  - 一、2012年四大门户网站广告收入情况 151
  - 二、2013年中国映前广告市场规模情况 151
  - 三、2013年中国网络展示广告市场价值 152
  - 四、2012年房地产行业映前广告的投放 154
  - 五、2012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、投放映前广告的原因 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、受众最感兴趣的广告形式 163
- 三、受众最感兴趣的广告内容 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、吸引受众的最重要的要素 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、2012-2013年映前广告主数量情况分析 167
- 二、2012-2013年映前广告主投放费用分析 167

- 三、2012-2013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、2013年交通汽车类广告主映前广告投放分析 169
  - 二、2013年IT产品类广告主映前广告投放分析 169
  - 三、2013年旅游广告主映前广告投放分析 170
  - 四、2013年通讯服务类广告主映前广告投放分析 170

## 第九章 2013年中国映前广告产业运行动态分析 171

### 第一节 2013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最热 174

### 第二节 2013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 2013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、2012-2013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、2013年映前广告市场增长潜力分析 201
- 二、2013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、2013-2018年我国映前广告市场竞争趋势 206
- 二、2013-2018年映前广告行业竞争格局展望 207
- 三、2013-2018年映前广告行业竞争策略分析 207
- 四、2013-2018年映前广告企业竞争策略分析 209

## 第十二章 2013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、2013年中国广告市场趋势解析 242
- 三、2013-2018年中国广告行业发展前景 245
- 四、2013-2018年中国对全球广告市场的推动 248
- 五、2013年中国广告市场发展与新媒体趋势 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

图表目录：

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2012年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2012年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2013年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2013年中国GDP增速预测

图表：略&hellip;&hellip;

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/237152.html>

## 三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法

6、定性分析与定量分析方法

7、预测研究方法

## 四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

## 五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（[www.icandata.com](http://www.icandata.com)）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业提供专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

### 研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

### 我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;  
数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;  
服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;  
良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。