



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

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，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……

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）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专业提供投资咨询报告、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。