



艾凯咨询
ICAN Consulting

2007年中国网络视频广告市场分析 及发展趋势研究报告

一、调研说明

《2007年中国网络视频广告市场分析及发展趋势研究报告》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/42288.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

• 2006年美国网络视频用户占总体网民60%，网络视频广告收入总额达4.1亿美元

• 2006年中国网络视频用户达到6300万，网络视频广告收入有1.7亿

• 广告主和广告公司对网络视频广告的认识还不够深刻，需加强对网络视频广告的宣传，完善网络视频广告的体系，提高销售人员的广告专业水平

• 调查显示，网络视频广告冲击力大效果好，符合用户观看习惯，网络平台上互动优势明显，用户之间的传播更便捷更能打进用户心里。

【 目录 】

I. 研究背景	4
II. 研究方法	5
III. 报告摘要	6
. 报告总结	10
V. 报告正文	16
一、网络视频广告行业情况分析	16
1. 网络视频广告的定义和分类	16
1.1. 网络广告的分类	16
1.1.1. 按网络媒体类型分类	16
1.1.2. 按广告形式分类	17
1.2. 网络视频广告的分类	18
1.2.1. 网络视频媒体的类型	18
1.2.2. 网络视频广告的形式	21
2. 美国网络视频广告发展概况	23

2.1. 美国网络视频广告市场规模	23
2.1.1. 美国网络视频广告规模及增长率	23
2.1.2. 美国网络视频广告收入占网络广告的比重	24
2.2. 美国网络视频广告发展近况	25
2.2.1. 美国网络视频广告发展情况	25
2.2.2. 美国网络视频媒体情况	27
3. 中国网络视频广告发展概况	30
3.1. 中国网络视频行业发展现状	30
3.2. 中国网络视频用户规模	32
3.3. 中国网络视频广告市场规模	34
3.4. 中国网络视频产业链	36
3.5. 中国网络视频广告的计费模式	39
4. 传统及网络媒体接触及广告费用情况	40
4.1. 中国网民对各类媒体的接触时间	40
4.2. 中国网民获取信息的主要来源途径	41
4.3. 各类媒体的广告投放费用情况	41
5. 电视媒体与网络视频媒体的对比	43
5.1. 媒体内容的对比	43
5.1.1. 媒体表现的对比	43
5.1.2. 媒体内容地域性对比	47
5.1.3. 媒体内容播放方式对比	47
5.1.4. 媒体内容互动方式对比	47
5.1.5. 媒体内容画面对比	48
5.1.6. 用户对网络视频和电视不同表现的态度	49
5.2. 媒体广告的对比	50
5.2.1. 媒体广告价格对比	50
5.2.2. 媒体广告效果对比	50
5.2.3. 媒体广告形式对比	70
5.2.4. 媒体广告制作成本对比	70

6. 传统网络广告与网络视频广告的对比	71
6.1. 媒体类型的对比	71
6.1.1. 媒体内容类别对比	71
6.1.2. 媒体表现形式对比	71
6.1.3. 媒体的互相结合对比	72
6.2. 媒体广告的对比	72
6.1.1. 媒体广告价格对比	72
6.1.2. 媒体广告计费方式对比	72
6.1.3. 媒体广告效果对比	73
6.1.4. 媒体广告制作成本对比	73
7. 网络视频广告的价值研究	74
7.1. 网络视频广告对比其他广告形式的核心价值	74
7.1.1. 网络视频媒体的市场发展空间巨大	74
7.1.2. 网络视频广告的性价比高	76
7.1.3. 用户对网络视频的广告接受度高	77
7.1.4. 网络视频广告的投放更具针对性	78
7.1.5. 网络视频广告的用户可追踪关注	79
7.2 网络视频广告的不同形式对比	80
7.2.1. 网络视频广告各类形式简介	80
7.2.2. 网络视频广告各类形式的制作成本比较	85
7.2.3. 网络视频广告各类形式的广告效果比较	86
7.2.4. 网络视频广告各类形式的市场位置	92
8. 广告主和广告公司对投放网络视频广告的需求	93
8.1. 广告主和广告公司对网络视频广告认知	93
8.2. 广告主和广告公司对各种网络视频广告形式的认同	95
8.3. 广告主和广告公司对网络视频广告效果的认同	97
8.4. 广告主和广告公司对网络视频广告的态度与需求	99
8.4.1. 广告主和广告公司对网络视频广告感兴趣的主要原因	99
8.4.2. 广告主和广告公司对网络视频广告不感兴趣的主要原因	101

8.4.3. 适合投放网络视频广告的行业 102

9. 网络视频广告的未来发展建议 103

9.1. 对网络视频媒体的发展建议 103

9.1.1. 对广告发展的建议 103

9.1.2. 对媒体发展的建议 104

9.2. 对广告主和广告公司的使用建议 105

9.2.1. 对广告主的使用建议 105

9.2.2. 对广告公司的使用建议 106

10. 网络视频媒体介绍 107

10.1. 视频分享类媒体介绍 107

10.1.1. 土豆网 108

10.1.2. 我乐网 109

10.2. P2P流媒体类媒体介绍 111

10.2.1. PPlive 111

10.2.2. PPstream 112

10.3. 宽频影视运营商类媒体介绍 114

10.3.1. 互联星空 114

10.3.2. CNCmax--宽带我世界 116

11. 网络视频广告公司介绍 117

11.1. 点视媒体 117

11.2. 好耶广告 121

附录：艾瑞调研方法及调研流程 122

法律声明：126

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/42288.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。