

# 2013-2018年中国映前广告 市场现状分析及投资前景研究报告

## 报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

[www.bosidata.com](http://www.bosidata.com)

## 报告报价

《2013-2018年中国映前广告市场现状分析及投资前景研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.bosidata.com/chuanmei1310/M46510X3V7.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2013-10-14

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

# 说明、目录、图表目录

## 报告说明:

博思数据发布的《2013-2018年中国映前广告市场现状分析及投资前景研究报告》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。

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。

## 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优势 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;

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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/chuanmei1310/M46510X3V7.html>