

2018年中国原生视频广告行业分析报告- 市场运营态势与发展趋势预测

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2018年中国原生视频广告行业分析报告-市场运营态势与发展趋势预测》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/guanggaochuanmei/363437363437.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

随着我国经济的不断发展、人们生活水平的不断提高，人们的消费观念和消费水平也有了很大的转变与提升。在这个契机下，原生视频广告行业也得到了快速发展，2016年我国原生视频广告行业的市场规模达到**亿元，2017年市场规模为**亿元，同比增长了**%，从这两年的市场规模发展来看，原生视频广告行业正处于快速发展之中，预计2018年将保持**的增速，达到**亿元。

2012-2017年行业市场规模情况

资料来源：观研天下数据中心整理（具体数据详见报告正文）

从原生视频广告行业企业区域分布情况来看，原生视频广告行业内企业区域格局明显，其中华东地区占比**%，华南地区占比**%，华中地区占比**%，华北地区占比**%，西部地区占比**%，东北地区占比**%。

2017年我国行业企业区域格局 资料来源：观研天下数据中心整理（具体数据详见报告正文）

观研天下发布的《2018年中国原生视频广告行业分析报告-市场运营态势与发展趋势预测》内容严谨、数据翔实，更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展动向、市场前景、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分

析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

报告目录：

第一章原生视频广告行业发展综述

1.1原生视频广告行业定义及分类

1.1.1行业定义

1.1.2行业产品/服务分类

1.1.3行业主要商业模式

1.2原生视频广告行业特征分析

1.2.1产业链分析

1.2.2原生视频广告行业在产业链中的地位

1.2.3原生视频广告行业生命周期分析

(1) 行业生命周期理论基础

(2) 原生视频广告行业生命周期

1.3最近3-5年中国原生视频广告行业经济指标分析

1.3.1赢利性

1.3.2成长速度

1.3.3附加值的提升空间

1.3.4进入壁垒 / 退出机制

1.3.5风险性

1.3.6行业周期

1.3.7竞争激烈程度指标

1.3.8行业及其主要子行业成熟度分析

第二章原生视频广告行业运行环境（PEST）分析

2.1原生视频广告行业政治法律环境分析

2.1.1行业管理体制分析

2.1.2行业主要法律法规

2.1.3行业相关发展规划

2.2原生视频广告行业经济环境分析

2.2.1国际宏观经济形势分析

2.2.2国内宏观经济形势分析

2.2.3产业宏观经济环境分析

2.3原生视频广告行业社会环境分析

- 2.3.1原生视频广告产业社会环境
- 2.3.2社会环境对行业的影响
- 2.3.3原生视频广告产业发展对社会发展的影响
- 2.4原生视频广告行业技术环境分析
 - 2.4.1原生视频广告技术分析
 - 2.4.2原生视频广告技术发展水平
 - 2.4.3行业主要技术发展趋势

第三章我国原生视频广告行业运行分析

- 3.1我国原生视频广告行业发展状况分析
 - 3.1.1我国原生视频广告行业发展阶段
 - 3.1.2我国原生视频广告行业发展总体概况
 - 3.1.3我国原生视频广告行业发展特点分析
- 3.22016-2018年原生视频广告行业发展现状
 - 3.2.12016-2018年我国原生视频广告行业市场规模
 - 3.2.22016-2018年我国原生视频广告行业发展分析
 - 3.2.32016-2018年中国原生视频广告企业发展分析
- 3.3区域市场调研
 - 3.3.1区域市场分布总体情况
 - 3.3.22016-2018年重点省市市场调研
- 3.4原生视频广告细分产品/服务市场调研
 - 3.4.1细分产品/服务特色
 - 3.4.22016-2018年细分产品/服务市场规模及增速
 - 3.4.3重点细分产品/服务市场趋势分析
- 3.5原生视频广告产品/服务价格分析
 - 3.5.12016-2018年原生视频广告价格走势
 - 3.5.2影响原生视频广告价格的关键因素分析
 - (1) 成本
 - (2) 供需情况
 - (3) 关联产品
 - (4) 其他
 - 3.5.32018-2024年原生视频广告产品/服务价格变化趋势
 - 3.5.4主要原生视频广告企业价位及价格策略

第四章我国原生视频广告行业整体运行指标分析

4.1中国原生视频广告行业总体规模分析

4.1.1企业数量结构分析

4.1.2行业资产规模分析

4.2中国原生视频广告行业产销与费用分析

4.2.1产成品分析

4.2.2销售收入分析

4.2.3负债分析

4.2.4利润规模分析

4.2.5产值分析

4.2.6销售成本分析

4.2.7销售费用分析

4.2.8管理费用分析

4.2.9财务费用分析

4.2.10其他运营数据分析

4.3中国原生视频广告行业财务指标分析

4.3.1行业盈利能力分析

4.3.2行业偿债能力分析

4.3.3行业营运能力分析

4.3.4行业发展能力分析

第五章我国原生视频广告行业供需形势分析

5.1原生视频广告行业供给分析

5.1.12016-2018年原生视频广告行业供给分析

5.1.22018-2024年原生视频广告行业供给变化趋势

5.1.3原生视频广告行业区域供给分析

5.22016-2018年我国原生视频广告行业需求情况

5.2.1原生视频广告行业需求市场

5.2.2原生视频广告行业客户结构

5.2.3原生视频广告行业需求的地区差异

5.3原生视频广告市场应用及需求预测

5.3.1原生视频广告应用市场总体需求分析

(1) 原生视频广告应用市场需求特征

(2) 原生视频广告应用市场需求总规模

5.3.22018-2024年原生视频广告行业领域需求量预测

(1) 2018-2024年原生视频广告行业领域需求产品/服务功能预测

(2) 2018-2024年原生视频广告行业领域需求产品/服务市场格局预测
5.3.3重点行业原生视频广告产品/服务需求分析预测

第六章原生视频广告行业产业结构分析

6.1原生视频广告产业结构分析

6.1.1市场细分充分程度分析

6.1.2各细分市场领先企业排名

6.1.3各细分市场占总市场的结构比例

6.1.4领先企业的结构分析(所有制结构)

6.2产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析

6.2.1产业价值链的构成

6.2.2产业链条的竞争优势与劣势分析

6.3产业结构发展预测

6.3.1产业结构调整指导政策分析

6.3.2产业结构调整中消费者需求的引导因素

6.3.3中国原生视频广告行业参与国际竞争的战略市场定位

6.3.4原生视频广告产业结构调整方向分析

6.3.5建议

第七章我国原生视频广告行业产业链分析

7.1原生视频广告行业产业链分析

7.1.1产业链结构分析

7.1.2主要环节的增值空间

7.1.3与上下游行业之间的关联性

7.2原生视频广告上游行业调研

7.2.1原生视频广告产品成本构成

7.2.22016-2018年上游行业发展现状

7.2.32018-2024年上游行业发展趋势

7.2.4上游供给对原生视频广告行业的影响

7.3原生视频广告下游行业调研

7.3.1原生视频广告下游行业分布

7.3.22016-2018年下游行业发展现状

7.3.32018-2024年下游行业发展趋势

7.3.4下游需求对原生视频广告行业的影响

第八章我国原生视频广告行业渠道分析及策略

8.1原生视频广告行业渠道分析

8.1.1渠道形式及对比

8.1.2各类渠道对原生视频广告行业的影响

8.1.3主要原生视频广告企业渠道策略研究

8.1.4各区域主要代理商情况

8.2原生视频广告行业用户分析

8.2.1用户认知程度分析

8.2.2用户需求特点分析

8.2.3用户购买途径分析

8.3原生视频广告行业营销策略分析

8.3.1中国原生视频广告营销概况

8.3.2原生视频广告营销策略探讨

8.3.3原生视频广告营销发展趋势

第九章我国原生视频广告行业竞争形势及策略

9.1行业总体市场竞争状况分析

9.1.1原生视频广告行业竞争结构分析

(1) 现有企业间竞争

(2) 潜在进入者分析

(3) 替代品威胁分析

(4) 供应商议价能力

(5) 客户议价能力

(6) 竞争结构特点总结

9.1.2原生视频广告行业企业间竞争格局分析

9.1.3原生视频广告行业集中度分析

9.1.4原生视频广告行业SWOT分析

9.2中国原生视频广告行业竞争格局综述

9.2.1原生视频广告行业竞争概况

(1) 中国原生视频广告行业竞争格局

(2) 原生视频广告行业未来竞争格局和特点

(3) 原生视频广告市场进入及竞争对手分析

9.2.2中国原生视频广告行业竞争力分析

(1) 我国原生视频广告行业竞争力剖析

(2) 我国原生视频广告企业市场竞争的优势

(3) 国内原生视频广告企业竞争能力提升途径

9.2.3原生视频广告市场竞争策略分析

第十章原生视频广告行业领先企业经营形势分析

10.1合一集团

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业产品服务分析
- 3、企业经营状况分析
- 4、企业竞争优势分析

10.2蓝色光标传播集团

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业产品服务分析
- 3、企业经营状况分析
- 4、企业竞争优势分析

10.3北京爱奇艺科技有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业产品服务分析
- 3、企业经营状况分析
- 4、企业竞争优势分析

10.4乐视网信息技术（北京）股份有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业产品服务分析
- 3、企业经营状况分析
- 4、企业竞争优势分析

10.5腾讯控股有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业产品服务分析
- 3、企业经营状况分析
- 4、企业竞争优势分析

10.6搜狐公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业产品服务分析
- 3、企业经营状况分析
- 4、企业竞争优势分析

10.7深圳市迅雷网络技术有限公司

1、企业发展简况分析

2、企业产品服务分析

3、企业经营状况分析

4、企业竞争优势分析

10.8华扬联众数字技术股份有限公司

1、企业发展简况分析

2、企业产品服务分析

3、企业经营状况分析

4、企业竞争优势分析

10.9奇虎360科技有限公司

1、企业发展简况分析

2、企业产品服务分析

3、企业经营状况分析

4、企业竞争优势分析

10.10北京风行在线技术有限公司

1、企业发展简况分析

2、企业产品服务分析

3、企业经营状况分析

4、企业竞争优势分析

第十一章2018-2024年原生视频广告行业前景调研

11.12018-2024年原生视频广告市场趋势预测

11.1.12018-2024年原生视频广告市场发展潜力

11.1.22018-2024年原生视频广告市场趋势预测展望

11.1.32018-2024年原生视频广告细分行业趋势预测分析

11.22018-2024年原生视频广告市场发展趋势预测

11.2.12018-2024年原生视频广告行业发展趋势

11.2.22018-2024年原生视频广告市场规模预测

11.2.32018-2024年原生视频广告行业应用趋势预测

11.2.42018-2024年细分市场发展趋势预测

11.32018-2024年中国原生视频广告行业供需预测

11.3.12018-2024年中国原生视频广告行业供给预测

11.3.22018-2024年中国原生视频广告行业需求预测

11.3.32018-2024年中国原生视频广告供需平衡预测

11.4影响企业生产与经营的关键趋势

- 11.4.1 市场整合成长趋势
- 11.4.2 需求变化趋势及新的商业机遇预测
- 11.4.3 企业区域市场拓展的趋势
- 11.4.4 科研开发趋势及替代技术进展
- 11.4.5 影响企业销售与服务方式的关键趋势

第十二章2018-2024年原生视频广告行业投资机会与风险

- 12.1 原生视频广告行业投融资情况
 - 12.1.1 行业资金渠道分析
 - 12.1.2 固定资产投资分析
 - 12.1.3 兼并重组情况分析
- 12.2 2018-2024年原生视频广告行业投资机会
 - 12.2.1 产业链投资机会
 - 12.2.2 细分市场投资机会
 - 12.2.3 重点区域投资机会
- 12.3 2018-2024年原生视频广告行业投资前景及防范
 - 12.3.1 政策风险及防范
 - 12.3.2 技术风险及防范
 - 12.3.3 供求风险及防范
 - 12.3.4 宏观经济波动风险及防范
 - 12.3.5 关联产业风险及防范
 - 12.3.6 产品结构风险及防范
 - 12.3.7 其他风险及防范

第十三章原生视频广告行业投资规划建议研究

- 13.1 原生视频广告行业投资前景研究
 - 13.1.1 战略综合规划
 - 13.1.2 技术开发战略
 - 13.1.3 业务组合战略
 - 13.1.4 区域战略规划
 - 13.1.5 产业战略规划
 - 13.1.6 营销品牌战略
 - 13.1.7 竞争战略规划
- 13.2 对我国原生视频广告品牌的战略思考
 - 13.2.1 原生视频广告品牌的重要性

- 13.2.2原生视频广告实施品牌战略的意义
- 13.2.3原生视频广告企业品牌的现状分析
- 13.2.4我国原生视频广告企业的品牌战略
- 13.2.5原生视频广告品牌战略管理的策略
- 13.3原生视频广告经营策略分析
 - 13.3.1原生视频广告市场细分策略
 - 13.3.2原生视频广告市场创新策略
 - 13.3.3品牌定位与品类规划
 - 13.3.4原生视频广告新产品差异化战略
- 13.4原生视频广告行业投资规划建议研究
 - 13.4.12018-2024年原生视频广告行业投资规划建议
 - 13.4.22018-2024年原生视频广告行业投资规划建议
 - 13.4.32018-2024年细分行业投资规划建议

第十四章研究结论及投资建议

- 14.1原生视频广告行业研究结论
- 14.2原生视频广告行业投资价值评估
- 14.3原生视频广告行业投资建议
 - 14.3.1行业投资策略建议
 - 14.3.2行业投资方向建议
 - 14.3.3行业投资方式建议

图表目录：

- 图表：广告媒体的商业模式
- 图表：行业的生命周期图
- 图表：2016-2018年中国GDP同比增速
- 图表：2016-2018年固定资产投资（不含农户）同比增速
- 图表：2016-2018年固定资产投资到位资金同比增速
- 图表：2016-2018年社会消费品零售总额分月同比增长速度
- 图表：2016-2018年全国居民消费价格涨跌图
- 图表：2016-2018年中国义务教育统计表
- 图表：2016-2018年普通高中及成人高中人数统计表
- 图表：2016-2018年中国中等职业教育统计表
- 图表详见正文 (GYWWPT)

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/guanggaochuanmei/363437363437.html>