2020-2026年中国网络游戏
广告行业前景研究与产业竞争格局报告

报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制
www.chinairr.org

一、报告报价

《2020-2026年中国网络游戏广告行业前景研究与产业竞争格局报告》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.chinairr.org/report/R03/R0305/202004/03-341897.html

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936
传真: 010-60343813
网址: http://www.chinairr.org
Email: sales@chyxx.com
联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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、说明、目录、图表目录

如今，一种新型的网络广告形式——网络游戏广告，以其蕴涵的无限商机吸引了众多投资人的目光。虽然新生的网络媒介凭借自身的独特魅力吸引了一大批网民的眼球，但由于多种主、客观因素的制约，作为新兴媒介的网络，其广告潜力并没有得到最大程度的挖掘。一项对我国网络用户上网目的调查表明：获取信息的占60%，通信的占46%，聊天和交友的占26%，可见用户并不怎么关注网络广告。也许他们在使用网络之初还会点击网页上的广告，但随着网龄的增加，其网络广告的点击率不断会下降。这是因为，受众在网络信息的接受过程中不同于广播、电视强制性地满输信息，表现出极大的主动性和自由度，人们完全可以凭个人喜好点击感兴趣的信息。

中国产业研究报告网发布的《2020-2026年中国网络游戏广告行业前景研究与产业竞争格局报告》共十五章。首先介绍了网络游戏广告行业市场发展环境、网络游戏广告整体运行态势等，接着分析了网络游戏广告行业市场运行的现状，然后介绍了网络游戏广告市场竞争格局。随后，报告对网络游戏广告做了重点企业经营状况分析，最后分析了网络游戏广告行业发展趋势与投资预测。您若想对网络游戏广告产业有个系统的了解或者想投资网络游戏广告行业，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。

报告目录：

第.一部分行业发展现状
第.一章网络游戏广告行业发展概述
第.一节广告简介
一、广告的概念
二、广告的本质特点和要素
三、广告的分类和主要形式
四、广告媒体简介
第二节网络游戏广告
一、网络游戏广告的概念
二、网络游戏广告的划分

三、网络游戏广告的主要功能
四、网络游戏广告媒体
五、网络游戏广告的特征

第二章国外广告行业发展分析
第.一节世界广告行业发展概况
一、2018-2019年全球广告经营状况
二、2019年世界广告业排名状况分析
三、2019年世界广告业发展状况
第二节2019年世界广告业发展状况分析
一、2019年世界广告业发展规模分析
二、2019年世界广告业发展特点分析
三、2019年世界广告发展存在的问题
四、2019年世界广告企业竞争分析
第三节全球广告市场分析
一、全球广告市场格局分析
二、2019年戛纳广告节的开展情况
三、2019年全球广告支出情况分析
四、2019年全球网络游戏广告开支额
五、2019年欧债危机对广告行业的冲击
六、2018-2019年中国对全球广告市场的贡献
第四节2020-2026年世界广告业发展趋势分析
一、世界广告发展新趋势变化
二、网络游戏广告发展前景分析
三、2019年全球广告支出增长预测
四、2018-2019年全球广告预算情况
五、2020-2026年广告行业发展前景

第三章世界网络游戏广告业发展分析
第.一节2018-2019年世界网络游戏广告业发展分析
一、2018-2019年美国网络游戏广告业发展分析
二、2018-2019年日本网络游戏广告业发展分析

三、2018-2019年俄罗斯网络游戏广告业发展分析
第二节2018-2019年世界网络游戏广告市场需求分析
一、2018-2019年世界网络游戏广告市场需求量分析
二、2018-2019年世界网络游戏广告策划分析
三、2018-2019年国外企业进军中国市场情况
四、2018-2019年世界网络游戏广告业竞争分析
第三节2020-2026年世界网络游戏广告市场发展趋势分析

第四章我国广告行业发展现状
第.一节中国广告行业综合状况分析
一、中国本土广告业发展现状
二、中国广告产业在外资重压下发展
三、中国本土广告公司的swot分析
四、国家政策促进广告业发展
第二节我国广告市场发展分析
一、2018-2019年中国广告发展现状
二、2019年内地广告市场规模分析
三、2019年中国广告市场价值分析
四、2019年中国广告市场的投放额
五、2019年广告行业人才供求情况
六、2019年广告市场面临的挑战
第三节我国广告市场规范情况
一、2019年中国查处广告违法案件情况
二、2019年广告业存在的主要问题探讨
三、2019年中国广告行业新的自律规则
四、2019年广告行业结盟维护创意版权

第五章我国网络游戏广告行业发展分析
第.一节中国网络游戏广告行业概况
一、中国网络游戏广告发展历程
二、中国网络游戏广告的类别
三、中国的网络游戏广告产业的整合分析

四、跨行业合作形势下网络游戏广告的优势
第二节中国网络游戏广告市场发展现状
一、网络游戏广告的投放特点
二、网络游戏广告对用户消费的影响
三、网络游戏广告发展形式分析
四、网络游戏广告规范情况分析
第三节网络游戏广告市场空间分析
一、2019年中国网络游戏广告市场规模
二、2019年一线城市网络游戏广告市场规模
二、2019年二、三线城市网络游戏广告市场规模
四、2019年网络游戏广告市场规模预测
第四节中国网络游戏广告的相关政策分析
一、法律因素在网络游戏广告发展中的作用
二、网络游戏广告在高速发展中趋于健全规范
三、网络游戏广告规范与发展的法律策略分析

第六章中国网络游戏广告受众及投放分析
第.一节网络游戏广告的投放原因及特点
一、投放网络游戏广告的原因
二、网络游戏广告在广告媒体中的地位
三、网络游戏广告接受度情况分析
四、制约网络游戏广告发展的瓶颈
第二节网络游戏广告受众分析
一、受众接触网络游戏广告的黄金时间
二、受众最感兴趣的广告形式
三、受众最感兴趣的广告内容
第三节影响网络游戏广告投放的要素分析
一、影响网络游戏广告投放宏观因素分析
二、吸引受众的最重要的要素
三、消费热点决定记忆程度

第七章网络游戏广告效果影响因素分析

第.一节网络游戏广告投放效果的影响因素

一、广告环境

二、广告创意

三、广告投放时机

第二节体现广告价值的重要指标

一、发行量

二、到达率

三、目标受众特征

四、目标受众消费形态和生活形态

五、目标受众交叉重叠和千人成本

第三节网络游戏广告的投放

一、确定战略目标

二、选择户外媒体的因素

三、准确定位目标市场

四、确定理想发布数量

五、预测发布效果

六、监测投放效果

第四节网络游戏广告的配合策略

一、广告目的的配合

二、广告策略的配合

三、广告排期的配合

四、广告位置的配合

第五节广告主媒体投放新趋势分析

一、经济形势好转带动投放热情

二、媒体选择更加注重投放效益

三、营销传播手段向终端和公关倾斜

四、媒体组合策略强调精准化

四、行业广告投放与消费格局紧密联动

五、生活必需品行业投放平稳上升

六、高生活品质行业投放在低段位小幅爬升

八、广告投放更需敏锐且理性

第二部分行业竞争格局
第八章中国网络游戏广告市场竞争分析
第.一节2018-2019年中国各种广告形式市场竞争综合分析
一、2018-2019年网络游戏广告与电视广告行业竞争分析
二、2018-2019年新媒体广告对网络游戏广告的压力
三、2018-2019年中国广告业界软硬广告竞争分析
四、2018-2019年央视重点时段广告竞争分析
五、2018-2019年网络游戏广告行业竞争形势分析

第九章网络游戏广告企业竞争策略分析
第.一节网络游戏广告市场竞争策略分析
一、2019年网络游戏广告市场增长潜力分析
二、2019年网络游戏广告主要潜力品种分析
三、现有网络游戏广告产品竞争策略分析
四、潜力网络游戏广告品种竞争策略选择
五、典型企业产品竞争策略分析
第二节网络游戏广告企业竞争策略分析
一、欧债危机对网络游戏广告行业竞争格局的影响
二、欧债危机后网络游戏广告行业竞争格局的变化
三、2020-2026年我国网络游戏广告市场竞争趋势
四、2020-2026年网络游戏广告行业竞争格局展望
五、2020-2026年网络游戏广告行业竞争策略分析
六、2020-2026年网络游戏广告企业竞争策略分析

第十章网络游戏广告重点区域竞争分析
第.一节美国网络游戏内置广告市场运行分析
一、美国七种网络广告的研究发展
二、2019年美国互联网广告收入分析
三、美国在线广告收入同比增长情况
四、美国网络广告规模2019年有望超报纸
五、美国报纸网站广告增长速度下降
六、美国网络广告市场巨头垄断

七、美国网络游戏广告投放情况
第二节欧洲网络广告市场分析
一、欧洲在线广告面临发展机遇
二、欧洲网络广告发展展望
三、英国互联网广告超过报纸广告
四、法国网络广告市场发展迅速
第三节日本网络广告市场状况
一、日本网络广告增长迅速
二、日本互联网广告营收状况
三、日本网络广告市场预测
四、日本网络广告发展刺激传统媒体变革
五、日本网络游戏广告投放情况
第四节韩国网络广告发展状况
一、韩国网络广告收入变化过程
二、韩国网络广告发力
三、韩国在线广告市场增长迅速
四、韩国网络游戏广告投放情况
五、韩国互联网广告市场发展预测

第三部分行业前景预测
第十一章网络游戏广告行业发展趋势分析
第.一节中国广告行业发展趋势分析
一、中国广告业发展新动向
二、2019年中国广告市场趋势解析
三、2020-2026年中国广告行业发展前景
四、2013-2019年中国对全球广告市场的推动
五、2019年中国广告市场发展与新媒体趋势
第二节中国网络游戏广告市场趋势前景分析
一、中国网络游戏广告市场发展前景
二、中国网络游戏广告市场潜力分析
三、中国网络游戏广告发展趋势分析

第十二章未来网络游戏广告行业发展预测
第.一节2020-2026年国际网络游戏广告市场预测
一、2020-2026年全球网络游戏广告行业供给预测
二、2020-2026年全球网络游戏广告市场需求前景
三、2020-2026年全球网络游戏广告市场价格预测
第二节2020-2026年国内网络游戏广告市场预测
一、2020-2026年国内网络游戏广告行业供给预测
二、2020-2026年国内网络游戏广告行业规模预测
三、2020-2026年国内网络游戏广告市场需求前景
四、2020-2026年国内网络游戏广告市场价格预测
五、2020-2026年国内网络游戏广告行业集中度预测

第四部分投资战略研究
第十三章网络游戏广告行业投资现状分析
第.一节2019年网络游戏广告行业投资情况分析
一、2019年总体投资及结构
二、2019年投资规模情况
三、2019年投资增速情况
四、2019年分行业投资分析
五、2019年分地区投资分析
六、2019年外商投资情况

第十四章网络游戏广告行业投资机会与风险
第.一节网络游戏广告行业投资效益分析
一、2018-2019年网络游戏广告行业投资状况分析
二、2020-2026年网络游戏广告行业投资效益分析
三、2020-2026年网络游戏广告行业投资趋势预测
四、2020-2026年网络游戏广告行业的投资方向
五、投资建议
六、新进入者应注意的障碍因素分析
第二节影响网络游戏广告行业发展的主要因素
一、2020-2026年影响网络游戏广告行业运行的有利因素分析

二、2020-2026年影响网络游戏广告行业运行的稳定因素分析
三、2020-2026年影响网络游戏广告行业运行的不利因素分析
四、2020-2026年我国网络游戏广告行业发展面临的挑战分析
五、2020-2026年我国网络游戏广告行业发展面临的机遇分析
第三节网络游戏广告行业投资风险及控制策略分析
一、2020-2026年网络游戏广告行业市场风险及控制策略
二、2020-2026年网络游戏广告行业政策风险及控制策略
三、2020-2026年网络游戏广告行业经营风险及控制策略
四、2020-2026年网络游戏广告行业技术风险及控制策略
五、2020-2026年网络游戏广告同业竞争风险及控制策略
六、2020-2026年网络游戏广告行业其他风险及控制策略

第十五章网络游戏广告行业投资战略研究
第.一节网络游戏广告行业发展战略研究
一、战略综合规划
二、技术开发战略
三、业务组合战略
四、区域战略规划
五、产业战略规划
六、营销品牌战略
七、竞争战略规划
第二节对我国网络游戏广告品牌的战略思考
一、企业品牌的重要性
二、网络游戏广告实施品牌战略的意义
三、网络游戏广告企业品牌的现状分析
四、我国网络游戏广告企业的品牌战略
五、网络游戏广告品牌战略管理的策略
第三节网络游戏广告行业投资战略研究
一、2019年广告行业投资战略
二、2019年我国网络游戏广告行业投资战略
三、2020-2026年网络游戏广告行业投资战略
四、2020-2026年细分行业投资战略

部分图表目录：

图表2019年全球四大广告集团市场份额
图表全球主流媒体广告支出预测
图表2009-2019年间全球10大广告支出国的市场份额增长速度
图表2019年美国各类网络游戏广告收入比例
图表中国历年主要行业网络游戏广告支出
图表2019年全球广告公司收入排名
图表网络游戏广告演变过程
图表2019年主流品牌关注比例波动幅度对比
图表2019年全球四大广告集团市场份额
图表中国历年主要行业网络游戏广告支出
图表2019年全球广告公司收入排名
图表2013-2019年美国广告市场规模增长趋势图
图表2020-2026年美国网络游戏广告市场规模及预测
图表2013-2019年日本主要媒体广告市场规模
图表2013-2019年日本主要媒体广告市场规模变动情况
更多图表见正文.....

详细请访问：http://www.chinairr.org/report/R03/R0305/202004/03-341897.html