

2020-2026年中国网络游戏 广告行业分析与发展趋势研究报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2020-2026年中国网络游戏广告行业分析与发展趋势研究报告》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.cction.com/report/202005/164308.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

越来越多的专业游戏开发商和发行商介入网络游戏，一个规模庞大、分工明确的产业生态环境最终形成。人们开始认真思考网络游戏的设计方法和经营方法，希望归纳出一套系统的理论基础，这是长久以来所一直缺乏的。

“大型网络游戏”（MMOG）的概念浮出水面，网络游戏不再依托于单一的服务商和服务平台而存在，而是直接接入互联网，在全球范围内形成了一个大一统的市场。

网络广告如何走出困境？这个问题长期困扰着网络运营商。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、电视强制性地灌输信息，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。

网络游戏广告形式

- 1 门户及专业游戏网站
- 2 利用衍生媒体
- 3 采取异业捆绑
- 4 作为奖品赞助商
- 5 开发广告游戏

1 门户及专业游戏网站 在一些较大的门户网站或者知名游戏品牌自建的网站上，发布旗帜广告弹出广告游戏捆绑的互动广告。

2 利用衍生媒体 2000年7月《大众网络报》创刊，开辟了第一个网络游戏版块；同时一批网络游戏的专业媒体也崭露头角，如《热点网络游戏》《家用电脑与游戏》等，在对网络游戏展开大量的相关报道介绍游戏内容与攻略的同时，附带刊载不少广告。这种借助网游衍生媒体进行宣传的方式，因其仍属于传统媒体的范畴，而受到不少商家的追捧。

3 采取异业捆绑 围绕游戏策划与企业产品相关的促销活动，并借助多媒体大力传播，以实现广告主与游戏运营商之间的“双赢”。例TOM与娃哈哈集团联合，提供从2004年2月28日起的一年内，8000万瓶维生素饮品“激活”捆绑网络对战游戏《雷霆战队》五小时免费游戏时间。

4 作为奖品赞助商 为了增加品牌与产品在目标受众群体中的暴露机会，不少企业已经开始与网络游戏运营商合作，将产品作为游戏积分的兑换奖品，希望借助玩家的亲身产品使用体验，达成一定的宣传效果。

5 开发广告游戏 聘请专业游戏开发商设计特定的情境，将产品或品牌巧妙置入其中作为游戏主角，使得玩家在娱乐中不知不觉接收相关宣传信息。已有企业开始这方面实践，例如VV动画网站中开设了可口可乐游戏专区，里面有多达50种广告游戏，不仅网罗了可乐芬达酷儿雪碧等主打产品，还适时进行了企业品牌宣传

中企顾问网发布的《2020-2026年中国网络游戏广告行业分析与发展趋势研究报告》共十五章。首先介绍了中国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

分析了中国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，最后分析了中国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中国网络游戏广告行业，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。

报告目录：

第一章 网络游戏广告行业相关概述

1.1 网络游戏广告行业定义及特点

1.1.1 网络游戏广告行业的定义

1.1.2 网络游戏广告行业服务特点网络游戏广告优势

1

广告发布的针对性强

2

广告发布方式灵活多变

3

市场促销方式新颖多样

1.2 网络游戏广告行业相关分类

1.3 网络游戏广告行业盈利模式分析

第二章 2014-2019年中国网络游戏广告行业发展环境分析

2.1 网络游戏广告行业政治法律环境（P）

2.1.1 行业主管单位及监管体制

2.1.2 行业相关法律法规及政策

2.1.3 政策环境对行业的影响

2.2 网络游戏广告行业经济环境分析（E）

2.2.1 国际宏观经济分析

2.2.2 国内宏观经济分析

2.2.3 产业宏观经济分析

- 2.2.4 宏观经济环境对行业的影响分析
- 2.3 网络游戏广告行业社会环境分析（S）
 - 2.3.1 人口发展变化情况
 - 2.3.2 城镇化水平
 - 2.3.3 居民消费水平及观念分析
 - 2.3.4 社会文化教育水平
 - 2.3.5 社会环境对行业的影响
- 2.4 网络游戏广告行业技术环境分析（T）
 - 2.4.1 网络游戏广告技术分析
 - 2.4.2 网络游戏广告技术发展水平
 - 2.4.3 行业主要技术发展趋势
 - 2.4.4 技术环境对行业的影响

第三章全球网络游戏广告行业发展概述

- 3.1 2014-2019年全球网络游戏广告行业发展情况概述
 - 3.1.1 全球网络游戏广告行业发展现状
 - 3.1.2 全球网络游戏广告行业发展特征
 - 3.1.3 全球网络游戏广告行业市场规模
- 3.2 2014-2019年全球主要地区网络游戏广告行业发展状况
 - 3.2.1 欧洲网络游戏广告行业发展情况概述
 - 3.2.2 美国网络游戏广告行业发展情况概述
 - 3.2.3 日韩网络游戏广告行业发展情况概述
- 3.3 2020-2026年全球网络游戏广告行业发展前景预测
 - 3.3.1 全球网络游戏广告行业市场规模预测
 - 3.3.2 全球网络游戏广告行业发展前景分析
 - 3.3.3 全球网络游戏广告行业发展趋势分析
- 3.4 全球网络游戏广告行业重点企业发展动态分析

第四章中国网络游戏广告行业发展概述

- 4.1 中国网络游戏广告行业发展状况分析
 - 4.1.1 中国网络游戏广告行发展概况
 - 4.1.2 中国网络游戏广告行发展特点

4.2 2014-2019年网络游戏广告行业发展现状

4.2.1 2014-2019年网络游戏广告行业市场规模

4.2.2 2014-2019年网络游戏广告行业发展现状

4.3 2020-2026年中国网络游戏广告行业面临的困境及对策

4.3.1 网络游戏广告行业发展面临的瓶颈及对策分析

1、网络游戏广告行业面临的瓶颈

2、网络游戏广告行业发展对策分析

4.3.2 网络游戏广告企业发展存在的问题及对策

1、网络游戏广告企业发展存在的不足

2、网络游戏广告企业发展策略

第五章中国网络游戏广告行业市场运行分析

5.1 市场发展现状分析

5.1.1 市场现状

5.1.2 市场容量

5.2 2014-2019年中国网络游戏广告行业总体规模分析

5.2.1 企业数量结构分析

5.2.2 人员规模状况分析

5.2.3 行业资产规模分析

5.2.4 行业市场规模分析

5.3 2014-2019年中国网络游戏广告行业市场供需分析

5.3.1 中国网络游戏广告行业供给分析

5.3.2 中国网络游戏广告行业需求分析

5.3.3 中国网络游戏广告行业供需平衡

5.4 2014-2019年中国网络游戏广告行业财务指标总体分析

5.4.1 行业盈利能力分析

5.4.2 行业偿债能力分析

5.4.3 行业营运能力分析

5.4.4 行业发展能力分析

第六章中国网络游戏广告行业细分市场分析

6.1 细分市场一

6.1.1 市场发展特点分析

6.1.2 目标消费群体

6.1.3 主要业态现状

6.1.4 市场规模

6.1.5 发展潜力

6.2 细分市场二

6.2.1 市场发展特点分析

6.2.2 目标消费群体

6.2.3 主要业态现状

6.2.4 市场规模

6.2.5 发展潜力

6.3 细分市场三

6.3.1 市场发展特点分析

6.3.2 目标消费群体

6.3.3 主要业态现状

6.3.4 市场规模

6.3.5 发展潜力

第七章网络游戏广告行业目标客户群分析

7.1 消费者偏好分析

7.2 消费者行为分析

7.3 网络游戏广告行业品牌认知度分析

7.4 消费人群分析

7.4.1 年龄分布情况

7.4.2 性别分布情况

7.4.3 职业分布情况

7.4.4 收入分布情况

7.5 需求影响因素

7.5.1 价格

7.5.2 服务质量

7.5.3 其他

第八章网络游戏广告行业营销模式分析

8.1 营销策略组合理论分析

8.2 营销模式的基本类型分析

8.3 网络游戏广告行业营销现状分析

8.4 网络游戏广告行业电子商务的应用情况分析

8.5 网络游戏广告行业营销创新发展趋势分析

第九章网络游戏广告行业商业模式分析

9.1 商业模式的相关概述

9.1.1 参考模型

9.1.2 成功特征

9.1.3 历史发展

9.2 网络游戏广告行业主要商业模式案例分析

9.2.1 案例一

1、定位

2、业务系统

3、关键资源能力

4、盈利模式

5、现金流结构

6、企业价值

9.2.2 案例二

1、定位

2、业务系统

3、关键资源能力

4、盈利模式

5、现金流结构

6、企业价值

9.2.3 案例三

1、定位

2、业务系统

3、关键资源能力

4、盈利模式

5、现金流结构

6、企业价值

9.3 网络游戏广告行业商业模式创新分析

9.3.1 商业模式创新的内涵与特征

9.3.2 商业模式创新的因素分析

9.3.3 商业模式创新的目标与路径

9.3.4 商业模式创新的实践与启示

9.3.5 2019年最具颠覆性创新的商业模式分析

9.3.6 网络游戏广告行业商业模式创新选择

第十章中国网络游戏广告行业市场竞争格局分析

10.1 中国网络游戏广告行业竞争格局分析

10.1.1 网络游戏广告行业区域分布格局

10.1.2 网络游戏广告行业企业规模格局

10.1.3 网络游戏广告行业企业性质格局

10.2 中国网络游戏广告行业竞争五力分析

10.2.1 网络游戏广告行业上游议价能力

10.2.2 网络游戏广告行业下游议价能力

10.2.3 网络游戏广告行业新进入者威胁

10.2.4 网络游戏广告行业替代产品威胁

10.2.5 网络游戏广告行业现有企业竞争

10.3 中国网络游戏广告行业竞争SWOT分析

10.3.1 网络游戏广告行业优势分析（S）

10.3.2 网络游戏广告行业劣势分析（W）

10.3.3 网络游戏广告行业机会分析（O）

10.3.4 网络游戏广告行业威胁分析（T）

10.4 中国网络游戏广告行业投资兼并重组整合分析

10.4.1 投资兼并重组现状

10.4.2 投资兼并重组案例

10.5 中国网络游戏广告行业重点企业竞争策略分析

第十一章中国网络游戏广告行业领先企业竞争力分析

11.1 深圳市腾讯计算机系统有限公司

11.1.1 企业发展基本情况

11.1.2 企业主要产品分析

11.1.3 企业竞争优势分析

11.1.4 企业经营状况分析

11.1.5 企业最新发展动态

11.1.6 企业发展战略分析

11.2 广州网易计算机系统有限公司

11.2.1 企业发展基本情况

11.2.2 企业主要产品分析

11.2.3 企业竞争优势分析

11.2.4 企业经营状况分析

11.2.5 企业最新发展动态

11.2.6 企业发展战略分析

11.3 完美世界（北京）网络技术有限公司

11.3.1 企业发展基本情况

11.3.2 企业主要产品分析

11.3.3 企业竞争优势分析

11.3.4 企业经营状况分析

11.3.5 企业最新发展动态

11.3.6 企业发展战略分析

11.4 上海数龙科技有限公司

11.4.1 企业发展基本情况

11.4.2 企业主要产品分析

11.4.3 企业竞争优势分析

11.4.4 企业经营状况分析

11.4.5 企业最新发展动态

11.4.6 企业发展战略分析

11.5 北京畅游时代数码技术有限公司

11.5.1 企业发展基本情况

11.5.2 企业主要产品分析

11.5.3 企业竞争优势分析

- 11.5.4 企业经营状况分析
- 11.5.5 企业最新发展动态
- 11.5.6 企业发展战略分析
- 11.6 成都金山数字娱乐科技有限公司
 - 11.6.1 企业发展基本情况
 - 11.6.2 企业主要产品分析
 - 11.6.3 企业竞争优势分析
 - 11.6.4 企业经营状况分析
 - 11.6.5 企业最新发展动态
 - 11.6.6 企业发展战略分析
- 11.7 北京空中信使信息技术有限公司
 - 11.7.1 企业发展基本情况
 - 11.7.2 企业主要产品分析
 - 11.7.3 企业竞争优势分析
 - 11.7.4 企业经营状况分析
 - 11.7.5 企业最新发展动态
 - 11.7.6 企业发展战略分析
- 11.8 上海巨人网络科技有限公司
 - 11.8.1 企业发展基本情况
 - 11.8.2 企业主要产品分析
 - 11.8.3 企业竞争优势分析
 - 11.8.4 企业经营状况分析
 - 11.8.5 企业最新发展动态
 - 11.8.6 企业发展战略分析
- 11.9 上海邮通科技有限公司
 - 11.9.1 企业发展基本情况
 - 11.9.2 企业主要产品分析
 - 11.9.3 企业竞争优势分析
 - 11.9.4 企业经营状况分析
 - 11.9.5 企业最新发展动态
 - 11.9.6 企业发展战略分析
- 11.10 福建网龙计算机网络信息技术有限公司

- 11.11.1 企业发展基本情况
- 11.11.2 企业主要产品分析
- 11.11.3 企业竞争优势分析
- 11.11.4 企业经营状况分析
- 11.11.5 企业最新发展动态
- 11.11.6 企业发展战略分析

第十二章 2020-2026年中国网络游戏广告行业发展趋势与前景分析

- 12.1 2020-2026年中国网络游戏广告市场发展前景
 - 12.1.1 2020-2026年网络游戏广告市场发展潜力
 - 12.1.2 2020-2026年网络游戏广告市场前景展望
 - 12.1.3 2020-2026年网络游戏广告细分行业发展前景分析
- 12.2 2020-2026年中国网络游戏广告市场发展趋势预测
 - 12.2.1 2020-2026年网络游戏广告行业发展趋势
 - 12.2.2 2020-2026年网络游戏广告市场规模预测
 - 12.2.3 2020-2026年细分市场发展趋势预测
- 12.3 2020-2026年中国网络游戏广告行业供需预测
 - 12.3.1 2020-2026年中国网络游戏广告行业供给预测
 - 12.3.2 2020-2026年中国网络游戏广告行业需求预测
 - 12.3.3 2020-2026年中国网络游戏广告供需平衡预测
- 12.4 影响企业经营的关键趋势
 - 12.4.1 行业发展有利因素与不利因素
 - 12.4.2 需求变化趋势及新的商业机遇预测
 - 12.4.3 服务业开放对网络游戏广告行业的影响
 - 12.4.4 互联网+背景下网络游戏广告行业的发展趋势

第十三章 2020-2026年中国网络游戏广告行业投资前景

- 13.1 网络游戏广告行业投资现状分析
- 13.2 网络游戏广告行业投资特性分析
 - 13.2.1 网络游戏广告行业进入壁垒分析
 - 13.2.2 网络游戏广告行业盈利模式分析
 - 13.2.3 网络游戏广告行业盈利因素分析

13.3 网络游戏广告行业投资机会分析

13.3.1 产业链投资机会

13.3.2 细分市场投资机会

13.3.3 重点区域投资机会

13.3.4 产业发展的空白点分析

13.4 网络游戏广告行业投资风险分析

13.4.1 网络游戏广告行业政策风险

13.4.2 宏观经济风险

13.4.3 市场竞争风险

13.4.4 关联产业风险

13.4.5 技术研发风险

13.4.6 其他投资风险

13.5 “互联网+”与“双创”战略下企业的投资机遇

13.5.1 “互联网+”与“双创”的概述

13.5.2 企业投资挑战和机遇

13.5.3 企业投资问题和投资策略

1、“互联网+”和“双创”的战略下企业投资问题分析

2、“互联网+”和“双创”的战略下企业投资策略探究

13.6 网络游戏广告行业投资潜力与建议

13.6.1 网络游戏广告行业投资潜力分析

13.6.2 网络游戏广告行业最新投资动态

13.6.3 网络游戏广告行业投资机会与建议

第十四章 2020-2026年中国网络游戏广告企业投资战略分析

14.1 企业投资战略制定基本思路

14.1.1 企业投资战略的特点

14.1.2 企业投资战略类型选择

14.1.3 企业投资战略制定程序

14.2 现代企业投资战略的制定

14.2.1 企业投资战略与总体战略的关系

14.2.2 产品不同生命周期阶段对制定企业投资战略的要求

14.2.3 企业投资战略的选择

14.3 网络游戏广告企业战略规划策略分析

14.3.1 战略综合规划

14.3.2 技术开发战略

14.3.3 区域战略规划

14.3.4 产业战略规划

14.3.5 营销品牌战略

14.3.6 竞争战略规划

第十五章 研究结论及建议（）

15.1 研究结论

15.2 建议

15.2.1 行业发展策略建议

15.2.2 行业投资方向建议

15.2.3 行业投资方式建议（）

图表目录：

图表：网络游戏广告行业特点

图表：网络游戏广告行业生命周期

图表：网络游戏广告行业产业链分析

图表：2014-2019年网络游戏广告行业市场规模分析

图表：2020-2026年网络游戏广告行业市场规模预测

图表：中国网络游戏广告行业研究机构

图表：中国网络游戏广告行业盈利能力分析

图表：中国网络游戏广告行业运营能力分析

图表：中国网络游戏广告行业偿债能力分析

图表：中国网络游戏广告行业发展能力分析

图表：中国网络游戏广告行业经营效益分析

图表：2014-2019年网络游戏广告重要数据指标比较

图表：2014-2019年中国网络游戏广告行业销售情况分析

图表：2014-2019年中国网络游戏广告行业利润情况分析

图表：2014-2019年中国网络游戏广告行业资产情况分析

图表：2014-2019年中国网络游戏广告行业竞争力分析

图表：2020-2026年中国网络游戏广告行业消费量预测

图表：2020-2026年中国网络游戏广告行业市场前景预测

图表：2020-2026年中国网络游戏广告发展前景预测

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202005/164308.html>