

中国游戏内置广告行业“十一五”发展回顾及“十二五”发展规划深度分析报告

报告目录及图表目录

中国产业信息网

www.chyxx.com

一、报告报价

《中国游戏内置广告行业“十一五”发展回顾及“十二五”发展规划深度分析报告》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.chyxx.com>

报告价格：纸介版： 6800元 电子版： 7000元 纸介+电子： 7200元

中国产业信息网

订购电话： 400-600-8596 (010)60343390

海外报告销售： (010)60343390

Email: chanyxx@sina.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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

2010年是中国十一五收官之年，起草和编制下一个五年发展规划已列入今年政府工作的重要议事日程。从国务院多部门前期调研透露的信息看，未来五年中国将开启经济与社会的双重转型，以转变发展方式和调整经济结构为主线，部署中国经济社会从外需向内需、从高碳向低碳，从强国向富民的三大转型。

十一五结构调整目标料难实现，转变发展方式进展缓慢，投资和出口仍是中国经济的主要推动力，经济增长严重依赖要素投入，增长效益提高不明显。贸易顺差巨大，国际收支失衡，庞大的外汇占款导致货币发行量激增，引发资产价格泡沫风险。此次国际金融危机后，国际经济环境发生了自二战以来最深刻的变化，外需难以恢复到危机前水平。因此，十二五期间必须有效扩大国内需求，特别是消费需求，减少经济增长对外部需求的过多依赖。同时工业占GDP的比重也达到极限，十二五期间工业化亦很难再提速，规模扩张的工业化模式必然要让位于质量提升的增长模式。

近几年我国游戏内置广告行业发展速度较快，受益于游戏内置广告行业生产技术不断提高以及下游需求市场不断扩大，游戏内置广告行业在国内和国际市场上发展形势都十分看好。虽然受金融危机影响使得游戏内置广告行业近两年发展速度略有减缓，但随着我国国民经济的快速发展以及国际金融危机的逐渐消退，我国游戏内置广告行业重新迎来良好的发展机遇。进入2010年我国游戏内置广告行业面临新的发展形势，由于新进入企业不断增多，上游原材料价格持续上涨，导致行业利润降低，因此我国游戏内置广告行业市场竞争也日趋激烈。面对这一现状，游戏内置广告行业业内企业要积极应对，注重培养创新能力，不断提高自身生产技术，加强企业竞争优势，于此同时游戏内置广告行业内企业还应全面把握该行业的市场运行态势，不断学习该行业最新生产技术，了解该行业国家政策法规走向，掌握同行业竞争对手的发展动态，只有如此才能使企业充分了解该行业的发展动态及自身在行业中所处地位，并制定正确的发展策略以使企业在残酷的市场竞争中取得领先优势。

中国产业信息网发布的《中国游戏内置广告行业“十一五”发展回顾及“十二五”发展规划深度分析报告》共十二章。首先介绍了中国游戏内置广告行业相关概述，接着分析了中国游戏内置广告行业全球市场发展状况，然后对中国游戏内置广告行业市场运行环境及运行现状进行了重点分析，最后分析了中国游戏内置广告行业的发展趋势及投资前景，并提出相应投资策略。您若想对中国游戏内置广告行业有个系统的了解，透视行业发展现状、锚定未来、战略前瞻、科学规划，寻求技术突破、产业创新、经济发展，为引领下一轮发展打下坚实的基础，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。

第一章 游戏内置广告行业相关概述

第一节 网络广告的分类

一、按网络媒体类型分类

二、按广告形式分类

第二节 网络游戏内置广告阐述

一、网络游戏内置广告特点

二、网络游戏内置广告主要形式

三、网络游戏内置广告优势与缺陷

四、运用网络游戏内置广告要点

第三节 网络游戏内置广告发展层次

一、简单植入

二、整合植入

三、焦点植入

第二章 “十一五”期间游戏内置广告行业全球发展状况分析

第一节 2009-2010年世界网络广告市场动态分析

一、全球网络广告市场发展火热

二、全球网络广告开销增长迅速

三、全球网络广告支出概况

四、全球网络广告市场动态透析

五、全球互联网广告市场规模

六、全球互联网广告将超广播广告

第二节 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、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2011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

第三节 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

第四节 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

第五节 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

第三章 “十一五”期间中国游戏内置广告行业发展环境分析

第一节 国内宏观经济情况分析

一、GDP历史变动轨迹分析

二、固定资产投资历史变动轨迹分析

三、2011年中国宏观经济发展预测分析

第二节 中国游戏内置广告行业政策环境分析

一、游戏内置广告行业监管体制分析

二、游戏内置广告行业相关政策分析

第四章 “十一五”期间我国游戏内置广告行业发展现状分析

第一节 游戏内置广告行业发展基本情况

一、我国游戏内置广告行业发展现状分析

二、我国游戏内置广告行业供需情况分析

三、我国游戏内置广告行业技术发展状况

第二节 我国游戏内置广告行业存在问题及发展限制分析

一、主要问题与发展受限

二、基本应对的策略

第五章 游戏内置广告行业“十一五”运行形势透析

第一节 植入式广告在我国迅速发展的原因解析

一、消费者对显形广告的注意度和信任度下降

二、植入式广告使企业和媒体实现双赢

三、政府方面对显形广告播出的限制

第二节 2009-2010年中国植入式广告行业运行总况

一、我国植入式广告运行特点分析

二、我国植入式广告迎来发展契机

三、国内植入式广告市场持续快速发展

四、中国植入式广告市场发展仍不成熟

第三节 2009-2010年中国植入式广告深度剖析

一、由低频率向高频率转变

二、由单一品牌向多品牌转变

三、由静态向动态转变

第四节 2009-2010年制约中国植入式广告发展的因素分析

一、媒体与厂商信息不对称

二、广告植入过于生硬

三、植入式广告定价标准缺失

四、诚信缺失制约行业发展

第五节 2009-2010年促进植入式广告发展的对策建议

一、发展植入式广告行业的对策思路

二、推动植入式广告行业规范有序发展

三、建立植入式广告的检验和评估体系

四、发展中国植入式广告市场的建议

第六章 游戏内置广告行业“十一五”规划期间行业运行监测数据分析

第一节 2008-2010年中国游戏内置广告行业总体数据分析

一、2008年中国游戏内置广告行业全部企业数据分析

二、2009年中国游戏内置广告行业全部企业数据分析

三、2010年中国游戏内置广告行业全部企业数据分析

第二节 2008-2010年中国游戏内置广告行业不同规模企业数据分析

一、2008年中国游戏内置广告行业不同规模企业数据分析

二、2009年中国游戏内置广告行业不同规模企业数据分析

三、2010年中国游戏内置广告行业不同规模企业数据分析

第三节 2008-2010年中国游戏内置广告行业不同所有制企业数据分析

一、2008年中国游戏内置广告行业不同所有制企业数据分析

二、2009年中国游戏内置广告行业不同所有制企业数据分析

三、2010年中国游戏内置广告行业不同所有制企业数据分析

第七章 游戏内置广告运行新格局透析

第一节 2009-2010年中国网络游戏植入式广告运行总况

一、网游植入式广告的兴起

二、网游植入式广告的市场规模

三、网游植入式广告新势力崛起

四、网游植入式广告产业链分析

五、网络竞技游戏拓展植入式广告发展空间

六、中国、美国及韩国网络游戏广告投放比较

第二节 2009-2010年中国游戏内置广告行业产业链各环节分析

一、广告主：对IGA接受程度有待提高

二、网络游戏开发商：游戏是艺术品或是商品

三、网络运营商：内置广告加大运营风险 双刃剑效应明显

四、网络游戏玩家：完全接受IGA尚需时日

第三节 2009-2010年影响中国网络游戏植入式广告的因素探析

一、玩家游戏行为差异与广告效果的相关分析

二、品牌特征与广告效果的相关分析

三、植入方式与广告效果的相关分析

第四节 2009-2010年中国网络游戏植入广告经营策略

一、应扩大网络游戏的植入空间

二、根据玩家特征决定植入广告类别和场所

三、根据广告目的合理设置植入方式

第八章 集团企业制定“十二五”规划指导

第一节 集团企业制定“十二五”规划主要内容

一、“十一五”战略规划回顾和效果评估

二、“十二五”规划编制的指导思想和发展思路

三、“十二五”规划编制的基本出发点

四、“十二五”规划编制的流程

五、“十二五”规划编制的基础和方法

六、“十二五”规划编制的成果体现

七、“十二五”规划编制的内容

第二节 制订战略规划后的战略管理

一、战略规划的质询、批准与公布

二、战略规划的执行

三、战略执行效果的评估

四、战略检讨与调整

第九章 游戏内置广告行业“十二五”区域竞争格局研究

第一节 “十二五”游戏内置广告行业区域格局变化预测

第二节 游戏内置广告行业重点区域市场研究

一、重点区域市场发展现状

二、重点区域市场未来演变趋势

第三节 游戏内置广告行业“十二五”潜在兼并及重组机会预测

一、行业兼并重组趋势

二、主要企业及地区兼并重组动向预测

第十章 游戏内置广告行业“十二五”规划期重点企业竞争力分析

第一节 企业一

一、企业简介

二、企业财务数据分析

第二节 企业一

一、企业简介

二、企业财务数据分析

第三节 企业一

一、企业简介

二、企业财务数据分析

第四节 企业一

一、企业简介

二、企业财务数据分析

第五节 企业一

一、企业简介

二、企业财务数据分析

第十一章 游戏内置广告行业“十二五”发展预测分析

第一节 游戏内置广告行业“十二五”供需格局预测

一、游戏内置广告行业“十二五”供给形式预测分析

1、主要供给指标预测

2、影响供给重大因素

二、游戏内置广告行业“十二五”需求形式预测分析

1、主要需求指标预测

2、影响需求重大因素

3、需求格局构成研究

第二节 游戏内置广告行业“十二五”进出口形势预测

一、进口形式预测

二、出口形式预测

三、进出口影响因素分析

第三节 游戏内置广告行业“十二五”价格走势预测

一、主要价格指标预测

二、影响价格变化主要因素分析

第十二章 游戏内置广告行业“十二五”重点项目及投资机会研究

第一节 游戏内置广告行业“十二五”规划重大项目情况

第二节 游戏内置广告行业“十二五”发展趋势分析

一、技术发展预测研究

二、市场发展预测研究

第三节 游戏内置广告行业“十二五”投资重点分析

第四节 游戏内置广告行业“十二五”投资机会分析

第五节 游戏内置广告行业“十二五”投资策略研究

图表目录（部分）：

图表：2005-2010年上半年国内生产总值

图表：2005-2010年上半年居民消费价格涨跌幅度

图表：2010年上半年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2005-2010年上半年年末国家外汇储备

图表：2005-2010年上半年财政收入

图表：2005-2010年上半年全社会固定资产投资

图表：2010年上半年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2010年上半年固定资产投资新增生产能力

图表：……

更多图表详见正文……

详细请访问：<http://www.chyxx.com>