

2019-2025年中国电视植入广告行业市场行情动态 及投资战略咨询报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2019-2025年中国电视植入广告行业市场行情动态及投资战略咨询报告》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：<https://www.chyxx.com/research/201904/731900.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

智研咨询发布的《2019-2025年中国电视植入广告行业市场行情动态及投资战略咨询报告》共十六章。首先介绍了电视植入广告相关概念及发展环境，接着分析了中国电视植入广告规模及消费需求，然后对中国电视植入广告市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国电视植入广告面临的机遇及发展前景。您若想对中国电视植入广告有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将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：

第一部分行业发展现状

第一章电视植入广告行业发展概述

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

第二节电视植入广告

一、电视植入广告的概念

二、电视植入广告的划分

三、电视植入广告的主要功能

四、电视植入广告媒体

五、电视植入广告的特征

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、2014-2018年全球广告经营状况

二、2018年世界广告业排名状况分析

三、2018年世界广告业发展状况

第二节2018年世界广告业发展状况分析

一、2018年世界广告业发展规模分析

二、2018年世界广告业发展特点分析

三、2018年世界广告发展存在的问题

四、2018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、2018年戛纳广告节的开展情况
- 三、2018年全球广告支出情况分析
- 四、2018年全球电视植入广告开支额
- 五、2018年欧债危机对广告行业的冲击
- 六、2014-2018年中国对全球广告市场的贡献

第四节2019-2025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、电视植入广告发展前景分析
- 三、2019-2025年全球广告支出增长预测
- 四、2014-2018年全球广告预算情况
- 五、2019-2025年广告行业发展前景

第三章世界电视植入广告业发展分析

第一节2018年世界电视植入广告业发展分析

- 一、2018年美国电视植入广告业发展分析
- 二、2018年日本电视植入广告业发展分析
- 三、2018年俄罗斯电视植入广告业发展分析

第二节2019-2025年世界电视植入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、2014-2018年中国广告发展现状
- 二、2018年内地广告市场规模分析
- 三、2018年中国广告市场价值分析
- 四、2018年中国广告市场的投放额
- 五、2018年广告行业人才供求情况
- 六、2018年广告市场面临的挑战

第三节我国广告市场规范情况

- 一、2018年中国查处广告违法案件情况
- 二、2018年广告业存在的主要问题探讨

三、2018年中国广告行业新的自律规则

四、2018年广告行业结盟维护创意版权

第五章我国电视植入广告行业发展分析

第一节中国电视植入广告行业概况

一、中国电视植入广告发展历程

二、中国电视植入广告的产品类别

三、中国的电视植入广告产业的整合分析

四、跨行业合作形势下电视植入广告的优势

第二节中国电视植入广告市场发展现状

一、电视植入广告的投放特点

二、电视植入广告对用户消费的影响

三、电视植入广告发展形式分析

四、电视植入广告规范情况分析

第三节电视植入广告市场空间分析

一、2018年中国电视植入广告市场规模

二、2018年一线城市电视植入广告市场规模

二、2018年二、三线城市电视植入广告市场规模

三、2019-2025年电视植入广告市场规模预测

第四节中国电视植入广告的相关政策分析

一、法律因素在电视植入广告发展中的作用

二、电视植入广告在高速发展中趋于健全规范

三、电视植入广告规范与发展的法律策略分析

第六章中国电视植入广告受众及投放分析

第一节电视植入广告的投放原因及特点

一、投放电视植入广告的原因

二、电视植入广告在广告媒体中的地位

三、电视植入广告竞争情况分析

四、制约电视植入广告发展的瓶颈

第二节电视植入广告受众分析

一、受众接触电视植入广告的黄金时间

二、受众最感兴趣的广告形式

三、受众最感兴趣的广告内容

第三节影响电视植入广告投放的要素分析

一、影响电视植入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2014-2018年影视植入式广告分析

第一节电影植入式广告简述

一、电影的传播特点

二、电影植入式广告的分类

三、电影与植入式广告的融合

第二节2014-2018年电影植入式广告分析

一、电影中植入式广告的理论依据

二、电影植入式广告的优势及劣势

三、电影植入式广告异军突起的原因

四、影媒中植入式广告的操作原则及流程

五、电影植入式广告中的名人代言分析

第三节2014-2018年电视植入式广告分析

一、电视植入式广告运作模式

二、美国电视植入式广告发展经验借鉴

三、植入式广告对国内电视剧市场的影响

四、植入式广告与电视作品的审美冲突

第四节2014-2018年影视植入式广告市场面临的问题

一、企业方存在的问题

二、影视娱乐资源方存在的问题

三、第三方公司存在的问题

四、定价体系亟待完善

第五节2014-2018年影视植入式广告发展策略

一、保证影视作品质量

二、电视植入广告进行专业策划

三、品牌植入与剧情深度融合

四、全方位整合营销

五、电视植入广告的重复策略

第八章2014-2018年网络游戏植入式广告分析

第一节2014-2018年中国网络游戏植入式广告的发展

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

第二节影响网络游戏植入式广告的因素

- 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

第三节网络游戏电视植入广告经营策略

- 一、应扩大网络游戏的植入空间
- 二、根据玩家特征决定电视植入广告类别和场所
- 三、根据广告目的合理设置植入方式

第九章2014-2018年植入式广告运作分析

第一节植入式广告运作模式

- 一、场景植入
- 二、对白植入
- 三、情节植入
- 四、形象植入

第二节植入式广告运作困局

- 一、“直白式”与“可读性”广告效果日衰
- 二、植入式广告不可掌控
- 三、接触点不等于一切
- 四、寻找合适机会植入

第三节植入式广告运作策略

- 一、内容本位原则和生活真实原则
- 二、新老品牌的策略差异
- 三、品牌符号意义的和谐
- 四、在整合互动中寻求延伸意义

第二部分行业竞争格局

第十章电视植入广告区域市场竞争力比较

第一节北京

- 一、伦敦奥运电视植入广告全面启动
- 二、2018年北京各大重要行业电视植入广告发展分析
- 三、2018年北京电视植入广告业发展存在的问题分析
- 四、2018年北京电视植入广告业发展情况分析

第二节上海

- 一、2018年上海市电视植入广告业发展特点分析
- 二、2018年上海电视植入广告业的效益优势分析
- 三、2018年电视植入广告公司经营状况及策略分析

四、2018年上海电视植入广告业发展情况分析

第三节 广东

- 一、2018年电视植入广告业发展阶段分析
- 二、2018年电视植入广告业发展状况综合分析
- 三、2018年电视植入广告业竞争状况分析
- 四、2018年广东电视植入广告业发展分析

第十一章 中国电视植入广告市场竞争分析

第一节 2018年中国各种广告形式市场竞争综合分析

- 一、2018年电视植入广告与传统广告行业竞争分析
- 二、2018年新兴媒体对电视植入广告的影响
- 三、2018年中国广告业界软硬广告竞争分析
- 四、2014-2018年央视重点时段广告竞争分析
- 五、2014-2018年电视植入广告行业竞争形势分析

第二节 2018年中国电视植入广告业竞争状况分析

- 一、2018年中国电视植入广告品牌竞争分析
- 二、2018年中国电视植入广告价格竞争分析
- 三、2018年中国电视植入广告竞争战略分析

第十二章 电视植入广告企业竞争策略分析

第一节 电视植入广告市场竞争策略分析

- 一、2018年电视植入广告市场增长潜力分析
- 二、2018年电视植入广告主要潜力品种分析
- 三、现有电视植入广告产品竞争策略分析
- 四、潜力电视植入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 电视植入广告企业竞争策略分析

- 一、欧债危机对电视植入广告行业竞争格局的影响
- 二、欧债危机后电视植入广告行业竞争格局的变化
- 三、2019-2025年我国电视植入广告市场竞争趋势
- 四、2019-2025年电视植入广告行业竞争格局展望
- 五、2019-2025年电视植入广告行业竞争策略分析
- 六、2019-2025年电视植入广告企业竞争策略分析

第三部分 行业前景预测

第十三章 电视植入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、2018年中国广告市场趋势解析
- 三、2019-2025年中国广告行业发展前景
- 四、2014-2018年中国对全球广告市场的推动
- 五、2018年中国广告市场发展与新媒体趋势
- 第二节中国电视植入广告市场趋势前景分析
 - 一、中国电视植入广告市场发展前景
 - 二、中国电视植入广告市场潜力分析
 - 三、中国电视植入广告发展趋势分析
- 第十四章未来电视植入广告行业发展预测
 - 第一节2019-2025年国际电视植入广告市场预测
 - 一、2019-2025年全球电视植入广告行业供给预测
 - 二、2019-2025年全球电视植入广告市场需求前景
 - 三、2019-2025年全球电视植入广告市场价格预测
 - 第二节2019-2025年国内电视植入广告市场预测
 - 一、2019-2025年国内电视植入广告行业供给预测
 - 二、2019-2025年国内电视植入广告行业规模预测
 - 三、2019-2025年国内电视植入广告市场需求前景
 - 四、2019-2025年国内电视植入广告市场价格预测
 - 五、2019-2025年国内电视植入广告行业集中度预测
- 第四部分投资战略研究
 - 第十五章电视植入广告行业投资机会与风险
 - 第一节电视植入广告行业投资效益分析
 - 一、2014-2018年电视植入广告行业投资状况分析
 - 二、2019-2025年电视植入广告行业投资效益分析
 - 三、2019-2025年电视植入广告行业投资趋势预测
 - 四、2019-2025年电视植入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
 - 第二节影响电视植入广告行业发展的主要因素
 - 一、2019-2025年影响电视植入广告行业运行的有利因素分析
 - 二、2019-2025年影响电视植入广告行业运行的稳定因素分析
 - 三、2019-2025年影响电视植入广告行业运行的不利因素分析
 - 四、2019-2025年我国电视植入广告行业发展面临的挑战分析
 - 五、2019-2025年我国电视植入广告行业发展面临的机遇分析
 - 第三节电视植入广告行业投资风险及控制策略分析

- 一、2019-2025年电视植入广告行业市场风险及控制策略
 - 二、2019-2025年电视植入广告行业政策风险及控制策略
 - 三、2019-2025年电视植入广告行业经营风险及控制策略
 - 四、2019-2025年电视植入广告行业技术风险及控制策略
 - 五、2019-2025年电视植入广告同业竞争风险及控制策略
 - 六、2019-2025年电视植入广告行业其他风险及控制策略
- ## 第十六章电视植入广告行业投资战略研究（ZY LII）

第一节电视植入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

第二节对我国电视植入广告品牌的战略思考

- 一、企业品牌的重要性
- 二、电视植入广告实施品牌战略的意义
- 三、电视植入广告企业品牌的现状分析
- 四、我国电视植入广告企业的品牌战略
- 五、电视植入广告品牌战略管理的策略

第三节电视植入广告行业投资战略研究

- 一、2018年广告行业投资战略（ZY LII）
- 二、2018年我国电视植入广告行业投资战略
- 三、2019-2025年电视植入广告行业投资战略
- 四、2019-2025年细分行业投资战略

部分图表目录：

图表：2018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（报纸、杂志、电视、广播、电影、户外、互联网）

图表：2010-2018年间全球10大广告支出国的市场份额增长速度

图表：2018年美国电视植入广告收入比例

图表：中国历年主要行业电视植入广告支出

图表：2018年全球广告公司收入排名

图表：电视植入广告演变过程

图表：2018年主流品牌关注比例波动幅度对比

- 图表：2018年全球四大广告集团市场份额
 - 图表：中国历年主要行业电视植入广告支出
 - 图表：2018年全球广告公司收入排名
 - 图表：2010-2018年美国广告市场规模增长趋势图
 - 图表：2019-2025年美国电视植入广告市场规模及预测
 - 图表：2010-2018年日本主要媒体广告市场规模
 - 图表：2010-2018年日本主要媒体广告市场规模变动情况
 - 图表：2019-2025年日本电视植入广告市场规模及预测
 - 图表：电视植入广告管理中存在的问题比重分析
 - 图表：2010-2018年央视广告收入增长情况
 - 图表：2018年电视植入广告花费TOP10品牌
 - 图表：北京各种广告形式营业额比重
 - 图表：2010-2018年华视传媒集团有限公司广告营业额情况
 - 图表：2018年广东省广告有限公司经营情况
 - 图表：2010-2018年广东省广告有限公司主营业务收入变化趋势
 - 图表：2008-2018年全球各地区广告经营额
 - 图表：2014-2018年全球广告市场规模及增速
 - 图表：2018年中国广告媒体结构
- 更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201904/731900.html>