

2022-2028年中国植入广告行业市场发展前景及竞争格局预测报告

报告大纲

智研咨询

www.chyxx.com

一、报告简介

智研咨询发布的《2022-2028年中国植入广告行业市场发展前景及竞争格局预测报告》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/202103/938287.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《2022-2028年中国植入广告行业市场前景及竞争格局预测报告》共十六章。首先介绍了植入广告行业市场发展环境、植入广告整体运行态势等，接着分析了植入广告行业市场运行的现状，然后介绍了植入广告市场竞争格局。随后，报告对植入广告做了重点企业经营状况分析，最后分析了植入广告行业发展趋势与投资预测。您若想对植入广告产业有个系统的了解或者想投资植入广告行业，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：

第一部分行业发展现状

第一章 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 植入广告

一、植入广告的概念

二、植入广告的划分

三、植入广告的主要功能

四、植入广告媒体

五、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、2017-2021年全球广告经营状况

二、2021年世界广告业排名状况分析

三、2021年世界广告业发展状况

第二节 2021年世界广告业发展状况分析

一、2021年世界广告业发展规模分析

二、2021年世界广告业发展特点分析

三、2021年世界广告发展存在的问题

四、2021年世界广告企业竞争分析

第三节 全球广告市场调研

- 一、全球广告市场格局分析
- 二、2021年戛纳广告节的开展情况
- 三、2021年全球广告支出情况分析
- 四、2021年全球植入广告开支额
- 五、2021年欧债危机对广告行业的冲击
- 六、2017-2021年中国对全球广告市场的贡献

第四节 2022-2028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、植入广告趋势预测分析
- 三、2022-2028年全球广告支出增长预测
- 四、2017-2021年全球广告预算情况
- 五、2022-2028年广告行业趋势预测

第三章 世界植入广告业发展分析

第一节 2021年世界植入广告业发展分析

- 一、2021年美国植入广告业发展分析
- 二、2021年日本植入广告业发展分析
- 三、2021年俄罗斯植入广告业发展分析

第二节 2022-2028年世界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、2017-2021年中国广告发展现状
- 二、2021年内地广告市场规模分析
- 三、2021年中国广告市场价值分析
- 四、2021年中国广告市场的投放额
- 五、2021年广告行业人才供求情况
- 六、2021年广告市场面临的挑战

第三节 我国广告市场规范情况

- 一、2021年中国查处广告违法案件情况
- 二、2021年广告业存在的主要问题探讨

三、2021年中国广告行业新的自律规则

四、2021年广告行业结盟维护创意版权

第五章 我国植入广告行业发展分析

第一节 中国植入广告行业概况

一、中国植入广告发展历程

二、中国植入广告的产品类别

三、中国的植入广告产业的整合分析

四、跨行业合作形势下植入广告的优势

第二节 中国植入广告市场发展现状

一、植入广告的投放特点

二、植入广告对用户消费的影响

三、植入广告发展形式分析

四、植入广告规范情况分析

第三节 植入广告市场空间分析

一、2021年中国植入广告市场规模

二、2021年一线城市植入广告市场规模

二、2021年二、三线城市植入广告市场规模

三、2022-2028年植入广告市场规模预测

第四节 中国植入广告的相关政策分析

一、法律因素在植入广告发展中的作用

二、植入广告在高速发展中趋于健全规范

三、植入广告规范与发展的法律策略分析

第六章 中国植入广告受众及投放分析

第一节 植入广告的投放原因及特点

一、投放植入广告的原因

二、植入广告在广告媒体中的地位

三、植入广告接受度情况分析

四、制约植入广告发展的瓶颈

第二节 植入广告受众分析

一、受众接触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 影响植入广告投放的要素分析

一、影响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 2017-2021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 2017-2021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 2017-2021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 2017-2021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 2017-2021年影视植入式广告投资策略

一、保证影视作品质量

二、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、植入广告的重复策略

第八章 2017-2021年网络游戏植入式广告分析

第一节 2017-2021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

第九章 2017-2021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 植入广告区域市场竞争力比较

第一节 北京

- 一、伦敦奥运植入广告全面启动
- 二、2021年北京各大重要行业植入广告发展分析
- 三、2021年北京植入广告业发展存在的问题分析
- 四、2021年北京植入广告业发展情况分析

第二节 上海

- 一、2021年上海市植入广告业发展特点分析
- 二、2021年上海植入广告业的效益优势分析
- 三、2021年植入广告公司经营状况及策略分析

四、2021年上海植入广告业发展情况分析

第三节 广东

- 一、2021年植入广告业发展阶段分析
- 二、2021年植入广告业发展状况综合分析
- 三、2021年植入广告业竞争状况分析
- 四、2021年广东植入广告业发展分析

第十一章 中国植入广告市场竞争分析

第一节 2021年中国各种广告形式市场竞争综合分析

- 一、2021年植入广告与传统广告行业竞争分析
- 二、2021年新兴媒体对植入广告的影响
- 三、2021年中国广告业界软硬广告竞争分析
- 四、2017-2021年央视重点时段广告竞争分析
- 五、2017-2021年植入广告行业竞争形势分析

第二节 2021年中国植入广告业竞争状况分析

- 一、2021年中国植入广告品牌竞争分析
- 二、2021年中国植入广告价格竞争分析
- 三、2021年中国植入广告竞争战略分析

第十二章 植入广告企业竞争策略分析

第一节 植入广告市场竞争策略分析

- 一、2021年植入广告市场增长潜力分析
- 二、2021年植入广告主要潜力品种分析
- 三、现有植入广告产品竞争策略分析
- 四、潜力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 植入广告企业竞争策略分析

- 一、欧债危机对植入广告行业竞争格局的影响
- 二、欧债危机后植入广告行业竞争格局的变化
- 三、2022-2028年我国植入广告市场竞争趋势
- 四、2022-2028年植入广告行业竞争格局展望
- 五、2022-2028年植入广告行业竞争策略分析
- 六、2022-2028年植入广告企业竞争策略分析

第三部分市场前景调查

第十三章 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、2021年中国广告市场前景解析

三、2022-2028年中国广告行业趋势预测

四、2022-2028年中国对全球广告市场的推动

五、2021年中国广告市场发展与新媒体趋势

第二节 中国植入广告市场前景分析

一、中国植入广告市场前景预测

二、中国植入广告市场潜力分析

三、中国植入广告发展趋势分析

第十四章 未来植入广告行业发展预测

第一节 2022-2028年国际植入广告市场预测

一、2022-2028年全球植入广告行业供给预测

二、2022-2028年全球植入广告市场需求前景

三、2022-2028年全球植入广告市场价格预测

第二节 2022-2028年国内植入广告市场预测

一、2022-2028年国内植入广告行业供给预测

二、2022-2028年国内植入广告行业规模预测

三、2022-2028年国内植入广告市场需求前景

四、2022-2028年国内植入广告市场价格预测

五、2022-2028年国内植入广告行业集中度预测

第四部分 投资前景建议研究

第十五章 植入广告行业投资机会与风险

第一节 植入广告行业投资效益分析

一、2017-2021年植入广告行业投资状况分析

二、2022-2028年植入广告行业投资效益分析

三、2022-2028年植入广告行业投资前景预测

四、2022-2028年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 影响植入广告行业发展的主要因素

一、2022-2028年影响植入广告行业运行的有利因素分析

二、2022-2028年影响植入广告行业运行的稳定因素分析

三、2022-2028年影响植入广告行业运行的不利因素分析

四、2022-2028年我国植入广告行业发展面临的挑战分析

五、2022-2028年我国植入广告行业发展面临的机遇分析

第三节 植入广告行业投资前景及控制策略分析

- 一、2022-2028年植入广告行业市场风险及控制策略
- 二、2022-2028年植入广告行业政策风险及控制策略
- 三、2022-2028年植入广告行业经营风险及控制策略
- 四、2022-2028年植入广告行业技术风险及控制策略
- 五、2022-2028年植入广告同业竞争风险及控制策略
- 六、2022-2028年植入广告行业其他风险及控制策略

第十六章 植入广告行业投资前景建议研究

第一节 植入广告行业投资趋势分析

- 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 对我国植入广告品牌的战略思考

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

第三节 植入广告行业投资前景建议研究

- 一、2021年广告行业投资前景建议
- 二、2021年我国植入广告行业投资前景建议
- 三、2022-2028年植入广告行业投资前景建议
- 四、2022-2028年细分行业投资前景建议 (ZY TL)

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/202103/938287.html>