

2018-2024年中国电视植入 广告市场研究与投资可行性报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2018-2024年中国电视植入广告市场研究与投资可行性报告》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.abaogao.com/b/chuanmei/N03827P5Z4.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.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

广告是电视台最主要的收入，2016年以来电视广告收入1031亿，同比略有下滑，五大卫视收入合计超过300亿。整体来看，电视广告收入自2013年来开始逐渐下滑，预计未来每年略微下滑2%-3%；另一方面，五大卫视收入规模不断提升，湖南卫视连续两年收入过百亿，浙江、东方也超过50亿元，江苏和北京分别为25和18亿元。2010-2018年我国电视广告收入规模数据来源：公开资料、智研数据研究中心整理

智研数据研究中心发布的《2018-2024年中国电视植入广告市场研究与投资可行性报告》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、2014-2017年全球广告经营状况二、2017年世界广告业排名状况分析三、2017年世界广告业发展状况第二节2017年世界广告业发展状况分析一、2017年世界广告业发展规模分析二、2017年世界广告业发展特点分析三、2017年世界广告发展存在的问题四、2017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、2017年戛纳广告节的开展情况三、2017年全球广告支出情况分析四、2017年全球电视植入广告开支额五、2017年欧债危机对广告行业的冲击六、2014-2017年中国对全球广告市场的贡献第四节2018-2024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、2018-2024年全球广告支出增长预测四、2014-2017年全球广告预算情况五、2018-2024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2017年世界电视植入广告业发展分析一、2017年美国电视植入广告业发展分析二、2017年日本电视植入广告业发展分析三、2017年俄罗斯电视植入广告业发展分析第二节2018-2024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、2014-2017年中国广告发展现状二、2017年内地广告市场规模分析三、2017年中国广告市场价值分析四、2017年中国广告市场的投放额五、2017年广告行业人才供求情况六、2017年广告市场面临的挑战第三节 我国广告市场规范情况一、2017年中国查处广告违法案件情况二、2017年广告业存在的主要问题探讨三、2017年中国广告行业新的自律规则四、2017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、2017年中国电视植入广告市场规模二、2017年一线城市电视植入广告市场规模二、2017年二、三线城市电视植入广告市场规模三、2018-2024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

目前五大卫视收视份额相对稳定，市场集中度不断提升，广告收入占比由由20%提升至29%。2015年以来收视排名前五卫视格局基本稳定，湖南卫视居首，浙江、江苏、东方、北京占据2-5位，“一超多强”格局稳定，山东、安徽、天津和深圳坐稳第二梯队。

。2014-2016年五大卫视广告收入数据来源：公开资料、智研数据研究中心整理2014-2016年五大卫视广告收视率数据来源：公开资料、智研数据研究中心整理 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 2014-2017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 2014-2017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 2014-2017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 2014-2017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 2014-2017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 2014-2017年网络游戏植入式广告分析第一节 2014-2017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 2014-2017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、2017年北京各大重要行业电视植入广告发展分析三、2017年北京电视植入广告业发展存在的问题分析四、2017年北京电视植入广告业发展情况分析第二节 上海一、2017年上海市电视植入广告业发展特点分析二、2017年上海电视植入广告业的效益优势分析三、2017年电视植入广告公司经营状况及策略分析四、2017年上海电视植入广告业发展情况分析第三节 广东一、2017年电视植入广告业发展阶段分析二、2017年电视植入广告业发展状况综合分析三、2017年电视植入广告业竞争状况分析四、2017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 2017年中国各种广告形式市场竞争综合分析一、2017年电视植入广告与传统广告行业竞争分析二、2017年新兴媒体对电视植入广告的影响三、2017年中国广告业界软硬广告竞争分析四、2014-2017年央视重点时段广告竞争分析五、2014-2017年电视植入广告行业竞争形势分析第二节 2017年中国电视植入广告业竞争状况分析一、2017年中国电视植入广告品牌竞争分析二、2017年中国电视植入广告价格竞争分析三、2017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、2017年电视植入广告市场增长潜力分析二、2017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、2018-2024年我国电视植入广告市场竞争趋势四、2018-2024年电视植入广告行业竞

争格局展望五、2018-2024年电视植入广告行业竞争策略分析六、2018-2024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、2017年中国广告市场趋势解析三、2018-2024年中国广告行业发展前景四、2014-2017年中国对全球广告市场的推动五、2017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 2018-2024年国际电视植入广告市场预测 一、2018-2024年全球电视植入广告行业供给预测二、2018-2024年全球电视植入广告市场需求前景三、2018-2024年全球电视植入广告市场价格预测第二节 2018-2024年国内电视植入广告市场预测一、2018-2024年国内电视植入广告行业供给预测二、2018-2024年国内电视植入广告行业规模预测三、2018-2024年国内电视植入广告市场需求前景四、2018-2024年国内电视植入广告市场价格预测五、2018-2024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、2014-2017年电视植入广告行业投资状况分析二、2018-2024年电视植入广告行业投资效益分析三、2018-2024年电视植入广告行业投资趋势预测四、2018-2024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、2018-2024年影响电视植入广告行业运行的有利因素分析二、2018-2024年影响电视植入广告行业运行的稳定因素分析三、2018-2024年影响电视植入广告行业运行的不利因素分析四、2018-2024年我国电视植入广告行业发展面临的挑战分析五、2018-2024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、2018-2024年电视植入广告行业市场风险及控制策略二、2018-2024年电视植入广告行业政策风险及控制策略三、2018-2024年电视植入广告行业经营风险及控制策略四、2018-2024年电视植入广告行业技术风险及控制策略五、2018-2024年电视植入广告同业竞争风险及控制策略六、2018-2024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 ZF) 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、2017年广告行业投资战略二、2017年我国电视植入广告行业投资战略三、2018-2024年电视植入广告行业投资战略四、2018-2024年细分行业投资战略 图表目录：图表：2017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：2010-2017年间全球10大广告支出国的市场份额增长速度
图表：2017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：2017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：2017年主流品牌关注比例波动幅度对比
图表：2017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：2017年全球广告公司收入排名
图表：2010-2017年美国广告市场规模增长趋势
图表：2018-2024年美国电视植入广告市场规模及预测
图表：2010-2017年日本主要媒体广告市场规模
图表：2010-2017年日本主要媒体广告市场规模变动情况
图表：2018-2024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：2010-2017年央视广告收入增长情况
：2017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：2010-2017年华视传媒集团有限公司广告营业额情况
图表：2017年广东省广告有限公司经营情况
：2010-2017年广东省广告有限公司主营业务收入变化趋势

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/chuanmei/N03827P5Z4.html>