

# 2014-2019年中国影视广告 市场深度研究与产业竞争现状报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

[www.abaogao.com](http://www.abaogao.com)

## 一、报告报价

《2014-2019年中国影视广告市场深度研究与产业竞争现状报告》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/O116514U6A.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

### 第一章 影视广告行业基本概述

#### 第一节 影视广告简述

- 一、变现形式
- 二、创作
- 三、交易流程

#### 第二节 影视广告的制作流程

- 一、前期制作
- 二、线性编辑
- 三、后期制作

#### 第三节 影视广告的其他概述

- 一、影视广告的作用
- 二、影视制作
- 三、制作公司

### 第二章 2013年中国广告行业发展形势综述

#### 第一节 2013年中国广告业综述

- 一、中国现代广告的发展历程
- 二、中国广告业发展的市场环境分析
- 三、我国广告行业呈良好发展态势
- 四、我国广告业的发展变化
- 五、我国广告业步入营销策划时代

#### 第二节 2013年中国广告行业的发展动态分析

- 一、我国广告市场总体规模分析
- 二、我国广告市场监管整治成效显现
- 三、2013年中国广告花费增幅分析

#### 第三节 2013年中国广告市场上的外资发展分析

- 一、中国广告产业外资影响分析
- 二、国外广告公司加速进军中国
- 三、外资加速在华新媒体广告业布局
- 四、全球广告巨头中国市场竞争动态分析

五、外资广告公司强势崛起

六、外资广告集团在华营收状况

第四节 2013年中国广告行业创意发展分析

一、现代广告传播中的创意理论简析

二、世界多元文化对广告创意的影响分析

三、后现代主义影响下中国特色广告创意理念探索

四、中国广告作品创意趋势分析

第五节 2013年中国广告市场存在问题分析

一、中国广告行业的“多米诺效应”分析

二、广告业的市场壁垒效应分析

三、阻碍中国广告行业发展的四大问题解析

四、中国广告市场洗牌在即

第六节 广告市场发展对策分析

一、中国广告行业要实行集团化发展

二、中国广告教育需要新思维

三、要牢记广告的“根本”

四、有效广告投放途径分析

第三章 2013年中国影视广告行业市场发展环境分析

第一节 2013年中国经济环境分析

一、国民经济运行情况GDP（季度更新）

二、消费价格指数CPI、PPI（按月度更新）

三、全国居民收入情况（季度更新）

四、恩格尔系数（年度更新）

五、工业发展形势（季度更新）

六、固定资产投资情况（季度更新）

七、中国汇率调整（人民币升值）

八、对外贸易&进出口

第二节 2013年中国影视广告行业政策环境分析

一、《中华人民共和国广告法》

二、《广播电视广告播出管理办法》

三、《外商投资广告企业管理规定》

四、《关于促进广告业发展的指导意见》

五、《文化产业振兴规划》

第三节 2013年中国影视广告行业社会环境分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、中国城镇化率

六、居民的各种消费观念和习惯

第四章 2013年中国影视广告行业运行形势综述

第一节 2013年中国影视广告行业发展概述

一、影视广告行业发展特征分析

二、影视广告如何提升旅游品牌

三、影视广告插入立法引争议

第二节 2013年中国影视广告行业动态分析

一、三大汽车品牌植入影视广告的成功案例解析

二、凡拓三维动画制作技术助力穗和城影视广告

三、广电总局将影视广告植入纳入法制管理

第三节 2013年中国影视广告行业发展存在问题分析

第五章 2013年中国电影植入式广告行业动态分析

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 2013年中国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

## 六、植入广告成电影新生存方式

### 第三节 中国电影植入广告经典案例解析

## 第六章 2013年中国电视植入式广告行业运行形势分析

### 第一节 2013年中国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、植入式广告与电视作品的审美冲突

### 第二节 2013年中国电视植入式广告市场动态分析

- 一、植入式广告对国内电视剧市场的影响
- 二、植入式广告成为电视广告传播新途径
- 三、精准价值投放是发展趋势

### 第三节 广告未来发展趋势分析

## 第七章 2013年中国影视植入式广告市场面临的问题及发展策略分析

### 第一节 2013年中国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

### 第二节 2013年中国影视植入式广告发展策略

- 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 2013年中国影视广告业市场竞争格局分析

### 第一节 中国媒体广告经营的竞争态势分析

- 一、创意成为富媒体广告主要竞争手段
- 二、新形势下我国媒体广告的竞争业态浅析
- 三、媒体广告经营的焦点在于品牌竞争

## 四、媒体广告经营竞争的关键要素

### 第二节 2013年中国影视广告行业市场竞争局势分析

#### 一、影视广告行业竞争手段分析

#### 二、影视广告品牌竞争分析

#### 三、影视广告设计竞争分析

### 第三节 2013年中国影视广告市场竞争对策

## 第九章 2013年世界五大广告集团分析

### 第一节 OMNICOM集团

#### 一、OMNICOM集团简介

#### 二、2011财年OMNICOM经营状况分析

#### 三、2012财年OMNICOM经营状况分析

#### 四、2013年四季度宏盟集团经营状况

### 第二节 WPP集团

#### 一、集团简介

#### 二、WPP集团的成长战略轨迹分析

#### 三、WPP集团对外并购战略剖析

#### 四、2011年WPP经营状况分析

#### 五、2012年WPP集团经营状况

#### 六、2013年WPP集团经营状况

### 第三节 INTERPUBLICGROUP

#### 一、INTERPUBLIC简介

#### 二、2011财年INTERPUBLIC经营状况分析

#### 三、2012年财年INTERPUBLIC经营状况分析

#### 四、2013年财年INTERPUBLIC集团经营状况

### 第四节 阳狮集团

#### 一、集团简介

#### 二、实力传播公司发展状况

#### 三、阳狮集团进一步扩大在华份额

#### 四、2011年阳狮集团进军成都

#### 五、2011年阳狮集团斥资收购微软Razorfish

#### 六、2013年阳狮集团运营分析

## 第五节 日本电通集团

### 一、电通集团简介

### 二、2010年日本电通广告优秀著作进入中国书市

### 三、2010年电通携手日本雅虎抢滩新型广告市场

### 四、2011财年电通集团经营状况分析

### 五、2013财年日本电通集团经营状况

## 第十章 2013年中国本土影视广告公司发展分析

### 第一节 广东省广告有限公司

### 第二节 上海广告有限公司

### 第三节 昌荣传播机构

### 第四节 三人行广告有限公司

### 第五节 京维传凯普广告传播有限公司

### 第六节 文丰影视传媒

#### 一、公司简介

#### 二、公司组织机构及服务项目

#### 三、公司优势

### 第七节 天橙传媒

#### 一、品牌简介

#### 二、企业分布及影视服务项目

#### 三、企业规范体系

#### 四、企业理念

### 第八节 上海中广影视广告有限公司

### 第九节 北京久和成影视广告有限公司

## 第十一章 2013年中国电视产业运行走势分析

### 第一节 2013年中国电视业总体概况

#### 一、中国电视产业总体发展现状分析

#### 二、中国电视产业竞争格局分析

#### 三、移动电视与传统电视产业发展分析

#### 四、电视产业存在的不当盈利模式

#### 五、做强中国电视业的措施



## 第二节 2013年中国电视剧产业概况

- 一、中国电视剧产业迈入繁荣发展期
- 二、中国电视剧产业自制剧再度崛起
- 三、中国电视剧产业与新媒体的融合分析
- 四、我国电视剧存在的问题及对策分析
- 五、电视剧内容产业的创新需求及其模式分析
- 六、电视剧产业精品化发展战略探析

## 第三节 2013年中国电视剧市场分析

- 一、中国电视剧市场发展演变历程
- 二、中国电视剧市场发展特点
- 三、电视剧市场订单化发展态势分析
- 四、我国电视剧市场呈出的东北现象分析
- 五、中国电视剧在海外市场发展状况分析

## 第十二章 2013年中国电影业发展走势分析

### 第一节 2013年中国电影消费市场解析

- 一、电影消费者的年龄结构分析
- 二、现代化电影院的消费特点分析
- 三、中国电影市场消费存在的异象
- 四、高票价成电影消费市场的首要影响因素

### 第二节 2013年中国细分电影市场领域分析

- 一、二级电影市场和农村电影市场发展情况
- 二、国产儿童电影市场及营销分析
- 三、动漫电影成人市场消费分析
- 四、我国3D电影市场发展状况

### 第三节 2013年中国电影市场存在的问题及对策

- 一、中国电影市场存在的主要问题
- 二、中国电影业市场化面临的问题
- 三、中国电影品牌建设策略探析
- 四、中国电影应走市场化运作模式
- 五、中国电影在国际市场的发展策略

## 第十三章 2014-2019年中国影视广告行业发展前景预测分析

### 第一节 2014-2019年中国广告产品发展趋势预测分析

- 一、中国广告业发展展望
- 二、2014-2019年中国广告业预测分析
- 三、中国广告业发展的下一个市场潮流
- 四、中国广告行业未来趋势分析
- 五、我国广告业的发展方向
- 六、二十一世纪广告业发展总体趋势展望
- 七、广告业的娱乐发展趋势

### 第二节 2014-2019年中国影视广告行业发展前景预测分析

- 一、影视广告行业规模预测分析
- 二、影视广告发展方向分析
- 三、影视广告需求预测分析

### 第三节 2014-2019年中国影视广告行业市场盈利能力预测分析

## 第十四章 2014-2019年中国影视广告产业投资机会与风险研究

### 第一节 2014-2019年中国影视广告产业投资机会分析

- 一、地区投资机会研究
- 二、行业投资机会研究
- 三、资源开发投资机会研究

### 第二节 2014-2019年中国影视广告产业投资风险分析

- 一、政策法律风险分析
- 二、市场风险分析
- 三、技术风险分析
- 四、财务风险分析
- 五、经营风险分析

### 第三节 专家建议

## 图表目录

图表1 2011外资广告集团在华营收排行前八名

图表2 2007-2013年中国GDP总量及增长趋势图

图表3 2011.04-2013.06年中国月度CPI、PPI指数走势图

- 图表4 2007-2013年我国城镇居民可支配收入增长趋势图
- 图表5 2007-2013年我国农村居民人均纯收入增长趋势图
- 图表6 1978-2013中国城乡居民恩格尔系数对比表
- 图表7 1978-2013中国城乡居民恩格尔系数走势图
- 图表8 2011-2013年我国工业增加值分季度增速
- 图表9 2007-2013年我国全社会固定资产投资额走势图
- 图表10 2013年美元兑人民币汇率中间价
- 图表11 2007-2013年我国货物进出口总额走势图
- 图表12 2007-2013年中国货物进口总额和出口总额走势图
- 图表13 1978-2013年我国人口出生率、死亡率及自然增长率走势图
- 图表14 1978-2013年我国总人口数量增长趋势图
- 图表15 2011年人口数量及其构成
- 图表16 2007-2013年我国普通高等教育、中等职业教育及普通高中招生人数走势图
- 图表17 2001-2013年我国广播和电视节目综合人口覆盖率走势图
- 图表18 1978-2013年中国城镇化率走势图
- 图表19 电视剧市场的市场主体及其关系
- 图表20 电视剧市场运作机制示意图
- 图表21 中国电影消费年龄结构图
- 图表22 2014-2019年中国影视广告行业规模预测 单位：亿元
- 图表23 2014-2019年影视广告行业盈利能力预测图

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/chuanmei/O116514U6A.html>