

# 2021-2027年中国电视植入 广告行业前景展望与市场调查预测报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

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

## 一、报告报价

《2021-2027年中国电视植入广告行业前景展望与市场调查预测报告》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.cction.com/report/202101/200346.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

中企顾问网发布的《2021-2027年中国电视植入广告行业前景展望与市场调查预测报告》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、2014-2019年全球广告经营状况

二、2019年世界广告业排名状况分析

三、2019年世界广告业发展状况

## 第二节2019年世界广告业发展状况分析

- 一、2019年世界广告业发展规模分析
- 二、2019年世界广告业发展特点分析
- 三、2019年世界广告发展存在的问题
- 四、2019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、2019年戛纳广告节的开展情况
- 三、2019年全球广告支出情况分析
- 四、2019年全球电视植入广告开支额
- 五、2019年欧债危机对广告行业的冲击
- 六、2014-2019年中国对全球广告市场的贡献

## 第四节2021-2027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、2021-2027年全球广告支出增长预测
- 四、2014-2019年全球广告预算情况
- 五、2021-2027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2019年世界电视植入广告业发展分析

- 一、2019年美国电视植入广告业发展分析
- 二、2019年日本电视植入广告业发展分析
- 三、2019年俄罗斯电视植入广告业发展分析

### 第二节2021-2027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、2014-2019年中国广告发展现状
- 二、2019年内地广告市场规模分析
- 三、2019年中国广告市场价值分析
- 四、2019年中国广告市场的投放额
- 五、2019年广告行业人才供求情况
- 六、2019年广告市场面临的挑战

## 第三节我国广告市场规范情况

- 一、2019年中国查处广告违法案件情况
- 二、2019年广告业存在的主要问题探讨
- 三、2019年中国广告行业新的自律规则
- 四、2019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、2019年中国电视植入广告市场规模
- 二、2019年一线城市电视植入广告市场规模
- 二、2019年二、三线城市电视植入广告市场规模
- 三、2021-2027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2014-2019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2014-2019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2014-2019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2014-2019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2014-2019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2014-2019年网络游戏植入式广告分析

#### 第一节2014-2019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2014-2019年植入式广告的运用分析

#### 第一节植入式广告的运用模式

- 一、场景植入

二、对白植入

三、情节植入

四、形象植入

## 第二节植入式广告的运用困局

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

## 第三节植入式广告的运用策略

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、2019年北京各大重要行业电视植入广告发展分析

三、2019年北京电视植入广告业发展存在的问题分析

四、2019年北京电视植入广告业发展情况分析

#### 第二节上海

一、2019年上海市电视植入广告业发展特点分析

二、2019年上海电视植入广告业的效益优势分析

三、2019年电视植入广告公司经营状况及策略分析

四、2019年上海电视植入广告业发展情况分析

#### 第三节广东

一、2019年电视植入广告业发展阶段分析

二、2019年电视植入广告业发展状况综合分析

三、2019年电视植入广告业竞争状况分析

四、2019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2019年中国各种广告形式市场竞争综合分析

#### 一、2019年电视植入广告与传统广告行业竞争分析

#### 二、2019年新兴媒体对电视植入广告的影响

#### 三、2019年中国广告业界软硬广告竞争分析

#### 四、2014-2019年央视重点时段广告竞争分析

#### 五、2014-2019年电视植入广告行业竞争形势分析

### 第二节2019年中国电视植入广告业竞争状况分析

#### 一、2019年中国电视植入广告品牌竞争分析

#### 二、2019年中国电视植入广告价格竞争分析

#### 三、2019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、2019年电视植入广告市场增长潜力分析

#### 二、2019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、2021-2027年我国电视植入广告市场竞争趋势

#### 四、2021-2027年电视植入广告行业竞争格局展望

#### 五、2021-2027年电视植入广告行业竞争策略分析

#### 六、2021-2027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、2019年中国广告市场趋势解析

- 三、2021-2027年中国广告行业发展前景
- 四、2014-2019年中国对全球广告市场的推动
- 五、2019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2021-2027年国际电视植入广告市场预测

- 一、2021-2027年全球电视植入广告行业供给预测
- 二、2021-2027年全球电视植入广告市场需求前景
- 三、2021-2027年全球电视植入广告市场价格预测

### 第二节2021-2027年国内电视植入广告市场预测

- 一、2021-2027年国内电视植入广告行业供给预测
- 二、2021-2027年国内电视植入广告行业规模预测
- 三、2021-2027年国内电视植入广告市场需求前景
- 四、2021-2027年国内电视植入广告市场价格预测
- 五、2021-2027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、2014-2019年电视植入广告行业投资状况分析
- 二、2021-2027年电视植入广告行业投资效益分析
- 三、2021-2027年电视植入广告行业投资趋势预测
- 四、2021-2027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、2021-2027年影响电视植入广告行业运行的有利因素分析
- 二、2021-2027年影响电视植入广告行业运行的稳定因素分析

- 三、2021-2027年影响电视植入广告行业运行的不利因素分析
- 四、2021-2027年我国电视植入广告行业发展面临的挑战分析
- 五、2021-2027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、2021-2027年电视植入广告行业市场风险及控制策略
- 二、2021-2027年电视植入广告行业政策风险及控制策略
- 三、2021-2027年电视植入广告行业经营风险及控制策略
- 四、2021-2027年电视植入广告行业技术风险及控制策略
- 五、2021-2027年电视植入广告同业竞争风险及控制策略
- 六、2021-2027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（）

### 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、2019年广告行业投资战略（）
- 二、2019年我国电视植入广告行业投资战略
- 三、2021-2027年电视植入广告行业投资战略
- 四、2021-2027年细分行业投资战略

部分图表目录：

图表：2019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：2010-2019年间全球10大广告支出国的市场份额增长速度

图表：2019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：2019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：2019年主流品牌关注比例波动幅度对比

图表：2019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：2019年全球广告公司收入排名

图表：2010-2019年美国广告市场规模增长趋势图

图表：2021-2027年美国电视植入广告市场规模及预测

图表：2010-2019年日本主要媒体广告市场规模

图表：2010-2019年日本主要媒体广告市场规模变动情况

图表：2021-2027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：2010-2019年央视广告收入增长情况

图表：2019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：2010-2019年华视传媒集团有限公司广告营业额情况

图表：2019年广东省广告有限公司经营情况

图表：2010-2019年广东省广告有限公司主营业务收入变化趋势

图表：2008-2019年全球各地区广告经营额

图表：2014-2019年全球广告市场规模及增速

图表：2019年中国广告媒体结构

更多图表见正文&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202101/200346.html>