

2024-2030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

一、报告报价

《2024-2030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/202401/436627.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《2024-2030年中国电视植入广告行业前景展望与市场调查预测报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局市场服务行业的重要决策参考依据。

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、广告经营状况 二、世界广告业排名状况分析 三、世界广告业发展状况 第二节 世界广告业发展状况分析 一、世界广告业发展规模分析 二、世界广告业发展特点分析 三、世界广告发展存在的问题 四、世界广告企业竞争分析 第三节 广告市场分析 一、广告市场格局分析 二、戛纳广告节的开展情况 三、广告支出情况分析 四、电视植入广告开支额 五、欧债危机对广告行业的冲击 六、中国对广告市场的贡献 第四节 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、广告支出增长预测 四、广告预算情况 五、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 世界电视植入广告业发展分析 一、美国电视植入广告业发展分析 二、日本电视植入广告业发展分析 三、俄罗斯电视植入广告业发展分析 第二节 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、中国广告发展现状 二、内地广告市场规模分析 三、中国广告市场价值分析 四、中国广告市场的投放额 五、广告行业人才供求情况 六、广告市场面临的挑战 第三节 我国广告市场规范情况 一、中国查处广告违法案件情况 二、广告业存在的主要问题探讨 三、中国广告行业新的自律规则 四、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、中国电视植入广告市场规模 二、一线城市电视植入广告市场规模 二、二、三线城市电视植入广告市场规模 三、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 第八章网络游戏植入式广告分析 第一节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 第九章植入式广告的运作分析 第一节植入式广告的运作模式 一、场景植入 二、对白植入 三、情节植入 四、形象植入 第二节植入式广告的运作困局 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 第三节植入式广告的运作策略 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、北京各大重要行业电视植入广告发展分析 三、北京电视植入广告业发展存在的问题分析 四、北京电视植入广告业发展情况分析 第二节上海 一、上海市电视植入广告业发展特点分析 二、上海电视植入广告业的效益优势分析 三、电视植入广告公司经营现状及策略分析 四、上海电视植入广告业发展情况分析 第三节广东 一

、电视植入广告业发展阶段分析 二、电视植入广告业发展状况综合分析 三、电视植入广告业竞争状况分析 四、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 第一节中国各种广告形式市场竞争综合分析 一、电视植入广告与传统广告行业竞争分析 二、新兴媒体对电视植入广告的影响 三、中国广告业界软硬广告竞争分析 四、央视重点时段广告竞争分析 五、电视植入广告行业竞争形势分析 第二节中国电视植入广告业竞争状况分析 一、中国电视植入广告品牌竞争分析 二、中国电视植入广告价格竞争分析 三、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、电视植入广告市场增长潜力分析 二、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、我国电视植入广告市场竞争趋势 四、电视植入广告行业竞争格局展望 五、电视植入广告行业竞争策略分析 六、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、中国广告市场趋势解析 三、中国广告行业发展前景 四、中国对广告市场的推动 五、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 第一节国际电视植入广告市场预测 一、电视植入广告行业供给预测 二、电视植入广告市场需求前景 三、电视植入广告市场价格预测 第二节国内电视植入广告市场预测 一、国内电视植入广告行业供给预测 二、国内电视植入广告行业规模预测 三、国内电视植入广告市场需求前景 四、国内电视植入广告市场价格预测 五、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、电视植入广告行业投资状况分析 二、电视植入广告行业投资效益分析 三、电视植入广告行业投资趋势预测 四、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、影响电视植入广告行业运行的有利因素分析 二、影响电视植入广告行业运行的稳定因素分析 三、影响电视植入广告行业运行的不利因素分析 四、我国电视植入广告行业发展面临的挑战分析 五、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、电视植入广告行业市场风险及控制策略 二、电视植入广告行业政策风险及控制策略 三、电视植入广告行业经营风险及控制策略 四、电视植入广告行业技术风险及控制策略 五、电视植入广告同业竞争风险及控制策略 六、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、广告行业投资战略 二、我国电视植入广告行业投资战略 三、电视植入广告行业投资战略 四、细分行业投资战略 略••••完整报告请咨询客服

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202401/436627.html>