

2021-2027年中国影视广告 行业分析与产业竞争格局报告

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

《2021-2027年中国影视广告行业分析与产业竞争格局报告》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/202012/198043.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

全国院线观影人次 17.18 亿，同比增长 5.92%，由于观影人次增长速度略有下滑，整体票房增长受益于全国平均票价 2.9% 的提升。2018 年电影平均票价（剔除服务费）为 33 元，较 2017 年增长 3.13%。在影片口碑效应日益强化、政策持续规范，票补逐步取消的背景下，电影票价企稳略有回升。从票价来看，无论从国际对比还是与国内同行业娱乐消费单位时间价格对比来看，我国当前电影票价已经较高。电影观影以中产阶级娱乐消费定义开始崛起，从一、二线城市开始推行，这造成了我国相对较高的电影票价。2012-2017 年观影人次及增速 2013-2018 年人均观影人次及票价

中企顾问网发布的《2021-2027 年中国影视广告行业分析与产业竞争格局报告》共十六章。首先介绍了中国影视广告行业市场发展环境、影视广告整体运行态势等，接着分析了中国影视广告行业市场运行的现状，然后介绍了影视广告市场竞争格局。随后，报告对影视广告做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国影视广告行业发展趋势与投资预测。您若想对影视广告产业有个系统的了解或者想投资中国影视广告行业，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 发展现状与前景分析

第一章 全球影视广告行业发展分析

第一节 国际广告行业发展状况

一、2013-2019 年全球广告经营状况

二、2013-2019 年世界广告业排名状况分析

三、2013-2019 年世界广告业发展状况 2016-2017 年全球不同媒体形式广告支出增幅情况

第二节 世界影视广告行业市场情况

一、2019 年世界影视广告产业发展现状

二、2019 年国际影视广告产业发展态势

三、2019 年国际影视广告市场需求分析

四、2019 年全球影视广告行业挑战与机会

第三节 部分国家地区影视广告行业发展状况

- 一、2018-2019年美国影视广告行业发展分析
- 二、2018-2019年欧洲影视广告行业发展分析
- 三、2018-2019年日本影视广告行业发展分析
- 四、2018-2019年韩国影视广告行业发展分析

第二章 我国影视广告所属行业发展现状

第一节 中国影视广告行业发展概述

- 一、中国影视广告发展历程
- 二、中国影视广告的产品类别
- 三、中国的影视广告产业的整合分析
- 四、跨行业合作形势下影视广告的优势

第二节 我国影视广告行业发展状况

- 一、2019年中国影视广告行业发展回顾
- 二、2019年影视广告行业发展情况分析
- 三、2019年我国影视广告市场特点分析
- 四、2019年我国影视广告市场发展分析

第三节 中国影视广告行业供需分析

- 一、2019年中国影视广告市场供给总量分析
- 二、2019年中国影视广告市场供给结构分析
- 三、2019年中国影视广告市场需求总量分析
- 四、2019年中国影视广告市场需求结构分析
- 五、2019年中国影视广告市场供需平衡分析

第三章 中国影视广告受众及投放分析

第一节 影视广告的投放原因及特点

- 一、投放影视广告的原因
- 二、影视广告已成为第三大广告媒体
- 三、影视广告是具有高接受度的广告形式
- 四、制约影视广告发展的瓶颈

第二节 影视广告受众分析

- 一、受众接触平面广告的黄金时间
- 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 影响影视广告投放的要素分析

- 一、影响影视广告投放宏观因素分析
- 二、创意是吸引受众的最重要的要素
- 三、媒体组合能提高影视广告可信度
- 四、消费热点决定记忆程度

第四章 2019年中国电影植入式广告所属行业动态分析

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 2019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

第五章 中国影视广告所属行业区域市场分析

第一节 2019年华北地区影视广告行业分析

- 一、2018-2019年行业发展现状分析
 - 二、2018-2019年市场规模情况分析
 - 三、2021-2027年市场需求情况分析
 - 四、2021-2027年行业发展前景预测
 - 五、2021-2027年行业投资风险预测
- ### 第二节 2019年东北地区影视广告行业分析

- 一、2018-2019年行业发展现状分析
- 二、2018-2019年市场规模情况分析
- 三、2021-2027年市场需求情况分析
- 四、2021-2027年行业发展前景预测

五、2021-2027年行业投资风险预测

第三节 2019年华东地区影视广告行业分析

一、2018-2019年行业发展现状分析

二、2018-2019年市场规模情况分析

三、2021-2027年市场需求情况分析

四、2021-2027年行业发展前景预测

五、2021-2027年行业投资风险预测

第四节 2019年华南地区影视广告行业分析

一、2018-2019年行业发展现状分析

二、2018-2019年市场规模情况分析

三、2021-2027年市场需求情况分析

四、2021-2027年行业发展前景预测

五、2021-2027年行业投资风险预测

第五节 2019年华中地区影视广告行业分析

一、2018-2019年行业发展现状分析

二、2018-2019年市场规模情况分析

三、2021-2027年市场需求情况分析

四、2021-2027年行业发展前景预测

五、2021-2027年行业投资风险预测

第六节 2019年西南地区影视广告行业分析

一、2018-2019年行业发展现状分析

二、2018-2019年市场规模情况分析

三、2021-2027年市场需求情况分析

四、2021-2027年行业发展前景预测

五、2021-2027年行业投资风险预测

第七节 2019年西北地区影视广告行业分析

一、2018-2019年行业发展现状分析

二、2018-2019年市场规模情况分析

三、2021-2027年市场需求情况分析

四、2021-2027年行业发展前景预测

五、2021-2027年行业投资风险预测

第六章 影视广告行业投资与发展前景分析

第一节 2019年影视广告行业投资情况分析

一、2019年总体投资结构

二、2019年投资规模情况

三、2019年投资增速情况

四、2019年分行业投资分析

五、2019年分地区投资分析

第二节 影视广告行业投资机会分析

一、影视广告投资项目分析

二、可以投资的影视广告模式

三、2019年影视广告投资机会

四、2019年影视广告细分行业投资机会

五、2019年影视广告投资新方向

第三节 影视广告行业发展前景分析

一、影视广告市场发展前景分析

二、我国影视广告市场蕴藏的商机

三、媒体竞合下影视广告市场的发展前景

四、2021-2027年影视广告市场面临的发展商机

第二部分 市场竞争格局与形势

第七章 影视广告行业竞争格局分析

第一节 影视广告行业集中度分析

一、影视广告市场集中度分析

二、影视广告企业集中度分析

三、影视广告区域集中度分析

第二节 影视广告行业主要企业竞争力分析

一、重点企业资产总计对比分析

二、重点企业从业人员对比分析

三、重点企业全年营业收入对比分析

四、重点企业利润总额对比分析

五、重点企业综合竞争力对比分析

第三节 影视广告行业竞争格局分析

- 一、2019年影视广告行业竞争分析
- 二、2019年中外影视广告产品竞争分析
- 三、2018-2019年国内外影视广告竞争分析
- 四、2018-2019年我国影视广告市场竞争分析
- 五、2018-2019年我国影视广告市场集中度分析
- 六、2021-2027年国内主要影视广告企业动向

第八章 2021-2027年中国影视广告行业发展形势分析

第一节 影视广告行业发展概况

- 一、影视广告行业发展特点分析
- 二、影视广告行业投资现状分析
- 三、影视广告行业总产值分析
- 四、影视广告行业技术发展分析

第二节 2018-2019年影视广告行业市场情况分析

- 一、影视广告行业市场发展分析
- 二、影视广告市场存在的问题
- 三、影视广告市场规模分析

第三节 2018-2019年影视广告供需状况分析

- 一、影视广告供给分析
- 二、影视广告需求分析
- 三、影视广告市场供需状况分析

第三部分 赢利水平与企业分析

第九章 中国影视广告行业整体运行指标分析

第一节 2019年中国影视广告行业总体规模分析

- 一、企业数量结构分析
- 二、行业生产规模分析

第二节 2019年中国影视广告行业产销分析

- 一、行业生产情况总体分析
- 二、行业销售收入总体分析

第三节 2019年年中国影视广告行业财务指标总体分析

- 一、行业盈利能力分析

- 二、行业偿债能力分析
- 三、行业营运能力分析
- 四、行业发展能力分析

第十章 影视广告行业赢利水平分析

第一节 成本分析

- 一、2018-2019年影视广告成本价格走势
- 二、2018-2019年影视广告行业人工成本分析

第二节 盈利水平分析

- 一、2018-2019年影视广告行业价格走势
- 二、2018-2019年影视广告行业营业收入情况
- 三、2018-2019年影视广告行业毛利率情况
- 四、2018-2019年影视广告行业赢利能力
- 五、2018-2019年影视广告行业赢利水平
- 六、2021-2027年影视广告行业赢利预测

第十一章 影视广告行业盈利能力分析

第一节 2019年中国影视广告行业利润总额分析

- 一、利润总额分析
- 二、不同规模企业利润总额比较分析
- 三、不同所有制企业利润总额比较分析

第二节 2019年中国影视广告行业销售利润率

- 一、销售利润率分析
- 二、不同规模企业销售利润率比较分析
- 三、不同所有制企业销售利润率比较分析

第三节 2019年中国影视广告行业总资产利润率分析

- 一、总资产利润率分析
- 二、不同规模企业总资产利润率比较分析
- 三、不同所有制企业总资产利润率比较分析

第四节 2019年中国影视广告行业产值利税率分析

- 一、产值利税率分析
- 二、不同规模企业产值利税率比较分析

三、不同所有制企业产值利税率比较分析

第十二章 影视广告重点企业发展分析

第一节 广东省广告有限公司

- 一、企业概况
- 二、经营状况
- 三、盈利能力分析
- 四、投资风险

第二节 德高集团

- 一、企业概况
- 二、经营状况
- 三、盈利能力分析
- 四、投资风险

第三节 昌荣传播机构

- 一、企业概况
- 二、经营状况
- 三、盈利能力分析
- 四、投资风险

第四节 三人行广告有限公司

- 一、企业概况
- 二、经营状况
- 三、盈利能力分析
- 四、投资风险

第五节 京维传凯普广告传播有限公司

- 一、企业概况
- 二、经营状况
- 三、盈利能力分析
- 四、投资风险

第六节 文丰影视传媒

- 一、企业概况
- 二、经营状况
- 三、盈利能力分析

四、投资风险

第七节 天橙传媒

一、企业概况

二、经营状况

三、盈利能力分析

四、投资风险

第八节 上海中广影视广告有限公司

一、企业概况

二、经营状况

三、盈利能力分析

四、投资风险

第九节 汉狮影视广告有限公司

一、企业概况

二、经营状况

三、盈利能力分析

四、投资风险

第十节 梅高中国

一、企业概况

二、经营状况

三、盈利能力分析

四、投资风险

第四部分 投资策略与风险预警

第十三章 影视广告行业投资策略分析

第一节 行业发展特征

一、行业的周期性

二、行业的区域性

三、行业的上下游

四、行业经营模式

第二节 行业投资形势分析

一、行业发展格局

二、行业进入壁垒

三、行业swot分析

四、行业五力模型分析

第三节 影视广告行业投资效益分析

一、2019年影视广告行业投资状况分析

二、2019年影视广告行业投资效益分析

三、2021-2027年影视广告行业投资方向

四、2021-2027年影视广告行业投资建议

第四节 影视广告行业投资策略研究

一、2019年影视广告行业投资策略

二、2021-2027年影视广告行业投资策略

三、2021-2027年影视广告细分行业投资策略

第十四章 影视广告行业投资风险预警

第一节 影响影视广告行业发展的主要因素

一、2019年影响影视广告行业运行的有利因素

二、2019年影响影视广告行业运行的稳定因素

三、2019年影响影视广告行业运行的不利因素

四、2019年我国影视广告行业发展面临的挑战

五、2019年我国影视广告行业发展面临的机遇

第二节 影视广告行业投资风险预警

一、2021-2027年影视广告行业市场风险预测

二、2021-2027年影视广告行业政策风险预测

三、2021-2027年影视广告行业经营风险预测

四、2021-2027年影视广告行业技术风险预测

五、2021-2027年影视广告行业竞争风险预测

六、2021-2027年影视广告行业其他风险预测

第五部分 发展趋势与规划建议

第十五章 影视广告行业发展趋势分析

第一节 2021-2027年中国影视广告市场趋势分析

一、2018-2019年我国影视广告市场趋势总结

二、2021-2027年我国影视广告发展趋势分析

第二节 2021-2027年影视广告产品发展趋势分析

一、2021-2027年影视广告产品技术趋势分析

二、2021-2027年影视广告产品价格趋势分析

第三节 2021-2027年中国影视广告行业供需预测

一、2015-2019年中国影视广告供给预测

二、2021-2027年中国影视广告需求预测

三、2021-2027年中国影视广告价格预测

第四节 2021-2027年影视广告行业规划建议

一、影视广告行业“十三五”整体规划

二、2021-2027年影视广告行业规划建议

第十六章 企业管理策略建议

第一节 市场策略分析

一、影视广告价格策略分析

二、影视广告渠道策略分析

第二节 销售策略分析

一、媒介选择策略分析

二、产品定位策略分析

三、企业宣传策略分析

第三节 提高影视广告企业竞争力的策略

一、提高中国影视广告企业核心竞争力的对策

二、影视广告企业提升竞争力的主要方向

三、影响影视广告企业核心竞争力的因素及提升途径

四、提高影视广告企业竞争力的策略

第四节 我国影视广告品牌的战略思考

一、影视广告实施品牌战略的意义

二、影视广告企业品牌的现状分析

三、我国影视广告企业的品牌战略

四、影视广告品牌战略管理的策略

图表目录：

图表 影视广告产业链分析

图表 影视广告行业生命周期

图表 2018-2019年中国影视广告行业市场规模

图表 2018-2019年全球影视广告产业市场规模

图表 2018-2019年影视广告重要数据指标比较

图表 2018-2019年中国影视广告行业销售情况分析

图表 2018-2019年中国影视广告行业利润情况分析

图表 2018-2019年中国影视广告行业资产情况分析

图表 2018-2019年中国影视广告竞争力分析

图表 2021-2027年中国影视广告市场前景预测

图表 2021-2027年中国影视广告市场价格走势预测

图表 2021-2027年中国影视广告发展前景预测

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 间全球10大广告支出国的市场份额增长速度

图表 2019年美国各类互联网广告收入比例

图表 中国历年主要行业网络广告支出图表 2019年全球广告公司收入排名

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202012/198043.html>