

2021-2027年中国植入式广 告市场深度分析与发展趋势研究报告

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年中国植入式广告市场深度分析与发展趋势研究报告》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/202106/225201.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

“植入式广告”(Product Placement),是指,把产品及其服务具有代表性的视听品牌符号融入影视或舞台作品中的一种广告方式,给观众留下相当的印象,以达到营销目的。“植入式广告”是随着电影、电视、游戏等的发展而兴起的一种广告形式,它是指在影视剧情、游戏中刻意插入商家的产品或服务,以达到潜移默化的宣传效果。由于受众对广告有天生的抵触心理,把商品融入这些娱乐方式的做法往往比硬性推销的效果好得多。

中企顾问网发布的《2021-2027年中国植入式广告市场深度分析与发展趋势研究报告》共八章。首先介绍了植入式广告行业市场发展环境、植入式广告整体运行态势等,接着分析了植入式广告行业市场运行的现状,然后介绍了植入式广告市场竞争格局。随后,报告对植入式广告做了重点企业经营状况分析,最后分析了植入式广告行业发展趋势与投资预测。您若想对植入式广告产业有个系统的了解或者想投资植入式广告行业,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：

第一章植入式广告相关概述

1.1植入式广告简介

1.1.1植入式广告定义

1.1.2植入式广告的主要形式

1.1.3植入式广告的发展阶段

1.2植入式广告的优劣势

1.2.1植入式广告的优势

1.2.2植入式广告的劣势

1.3植入式广告的发展层次

1.3.1简单植入

1.3.2整合植入

1.3.3焦点植入

第二章2015-2019年中国植入式广告行业面临的发展环境

2.1政策环境

2.1.1《中华人民共和国广告法》

2.1.2《广播电视广告播出管理办法》

2.1.3《外商投资广告企业管理规定》

2.1.4《关于促进广告业发展的指导意见》

2.1.5《移动互联网广告标准》

2.2经济环境

2.2.1中国经济总体运行状况

2.2.2中国经济转型升级态势

2.2.3中国调整宏观政策促进经济增长

2.2.4中国宏观经济运行走势分析

2.3社会环境

2.3.1中国稳步推进文化产业体制改革

2.3.2中国将从媒体大国走向媒体强国

2.3.3中国传媒产业进入快速发展阶段

2.3.4中国新媒体发展日趋成熟

2.4行业环境

2.4.1中国广告业总体发展状况

2.4.22019年我国广告行业经营状况

2.4.32019年中国广告业运行情况

2.4.42019年中国广告业运行分析

2.4.5中国广告市场步入价值性扩展阶段

第三章2015-2019年中国植入式广告行业总体分析

3.1植入式广告在我国迅速发展的原因

3.1.1消费者对显形广告的关注度和信任度下降

3.1.2植入式广告使企业和媒体实现双赢

3.1.3政府方面对显形广告播出的限制

3.2中国植入式广告行业发展现状

3.2.1我国植入式广告行业规模分析

3.2.2我国植入式广告迎来发展契机

3.2.3国内植入式广告市场持续快速发展

3.2.4中国植入式广告市场发展仍不成熟

3.3植入式广告的发展特点

3.3.1由低频率向高频率转变

3.3.2由单一品牌向多品牌转变

3.3.3由静态向动态转变

3.4制约中国植入式广告发展的因素

3.4.1媒体与厂商信息不对称

3.4.2广告植入过于生硬

3.4.3植入式广告定价标准缺失

3.4.4诚信缺失制约行业发展

3.5促进植入式广告发展的对策建议

3.5.1发展植入式广告行业的对策思路

3.5.2推动植入式广告行业规范有序发展

3.5.3建立植入式广告的检验和评估体系

3.5.4发展中国植入式广告市场的建议

第四章2015-2019年影视植入式广告分析

4.1电影植入式广告简述

4.1.1电影的传播特点

4.1.2电影植入式广告的分类

4.1.3电影与植入式广告的融合

4.22015-2019年电影植入式广告分析

4.2.1电影中植入式广告的理论依据

4.2.2电影植入式广告的优势及劣势

4.2.3电影植入式广告异军突起的原因

4.2.4影媒中植入式广告的操作原则及流程

4.2.5电影植入式广告中的名人代言分析

4.32015-2019年电视植入式广告分析

4.3.1电视植入式广告运作模式

4.3.2美国电视植入式广告发展经验借鉴

4.3.3植入式广告对国内电视剧市场的影响

4.3.4植入式广告与电视作品的审美冲突

4.4影视植入式广告市场面临的问题

4.4.1企业方存在的问题

4.4.2影视娱乐资源方存在的问题

4.4.3第三方公司存在的问题

4.4.4定价体系亟待完善

4.5影视植入式广告发展策略

4.5.1保证影视作品质量

4.5.2植入广告进行专业策划

4.5.3品牌植入与剧情深度融合

4.5.4全方位整合营销

4.5.5植入广告的重复策略

第五章2015-2019年网络游戏植入式广告分析

5.12015-2019年中国网络游戏植入式广告的发展

5.1.1网游植入式广告的兴起

5.1.2网游植入式广告的市场规模

5.1.3网游植入式广告新势力崛起

5.1.4网游植入式广告产业链分析

5.1.5网络竞技游戏拓展植入式广告发展空间

5.2影响网络游戏植入式广告的因素

5.2.1玩家游戏行为差异与广告效果的相关分析

5.2.2品牌特征与广告效果的相关分析

5.2.3植入方式与广告效果的相关分析

5.3网络游戏植入广告经营策略

5.3.1应扩大网络游戏的植入空间

5.3.2根据玩家特征决定植入广告类别和场所

5.3.3根据广告目的合理设置植入方式

第六章植入式广告的运用分析

6.1植入式广告的运用模式

6.1.1场景植入

6.1.2对白植入

6.1.3情节植入

6.1.4形象植入

6.2植入式广告的运用困局

6.2.1“直白式”与“可读性”广告效果日衰

6.2.2植入式广告不可掌控

6.2.3接触点不等于一切

6.2.4寻找合适机会植入

6.3植入式广告的运用策略

6.3.1内容本位原则和生活真实原则

6.3.2新老品牌的策略差异

6.3.3品牌符号意义的和谐

6.3.4在整合互动中寻求延伸意义

第七章植入式广告行业投资分析

7.1中国植入式广告行业投资机遇及风险

7.1.1黄金档广告限播令为植入式广告带来机遇

7.1.2植入式广告的收效评估与成本核算

7.1.3植入式广告投资风险

7.1.4植入式广告投资建议

7.2植入式广告的新兴载体

7.2.1交友网站植入式广告业务收效显著

7.2.2社区网站尝试植入式广告营销

7.2.3视频网站抢占植入式广告市场份额

7.2.4电视台植入式广告受商家追捧

7.2.5植入式广告进入商业话剧领域

7.3植入式广告客户分析

7.3.1汽车厂商发掘植入式广告商机

7.3.2IT产品注重植入式广告营销

7.3.3时尚品牌成植入式广告重点客户群

7.3.4植入式广告开创我国药品传播新途径

第八章植入式广告行业发展趋势及前景分析

8.1中国植入式广告行业的发展趋势

8.1.1发展全球化

8.1.2涉及领域广泛化

8.1.3媒体运用多样化

8.1.4运作模式复杂化

8.2中国植入式广告行业前景展望

8.2.1植入式广告发展潜力巨大

8.2.2中国植入式广告行业前景广阔

8.2.3网络植入式广告发展前景看好

8.2.42021-2027年中国植入式广告行业预测分析

部分图表目录：

图表2015-2019年国内生产总值增长速度（累计同比）

图表2015-2019年规模以上工业增加值增速（月度同比）

图表2015-2019年固定资产投资（不含农户）增速（累计同比）

图表2015-2019年房地产开发投资增速（累计同比）

图表2015-2019年社会消费品零售总额名义增速（月度同比）

图表2015-2019年居民消费价格上涨情况（月度同比）

图表2015-2019年工业生产者出厂价格涨跌情况（月度同比）

图表2015-2019年城镇居民人均可支配收入实际增长速度（累计同比）

图表2015-2019年农村居民人均收入实际增长速度（累计同比）

图表2015-2019年国内生产总值增长速度（累计同比）

图表2015-2019年规模以上工业增加值增速（月度同比）

图表2015-2019年固定资产投资（不含农户）增速（累计同比）

图表2015-2019年房地产开发投资增速（累计同比）

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202106/225201.html>