

2023-2029年中国植入式广告行业分析与行业竞争对手分析报告

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

《2023-2029年中国植入式广告行业分析与行业竞争对手分析报告》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/202305/364020.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《2023-2029年中国植入式广告行业分析与行业竞争对手分析报告》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：

第一章 植入式广告相关概述

第一节 植入式广告简介

一、植入式广告特性分析

二、植入式广告的主要形式

三、植入式广告的发展阶段

第二节 植入式广告的优劣势

一、植入式广告的优势

二、植入式广告的劣势

第三节 植入式广告的发展层次

一、简单植入

二、整合植入

三、焦点植入

第二章 2022年中国植入式广告产业运行环境解析

第一节 中国宏观经济环境分析

第二节 中国植入式广告业政策环境分析

第三节 中国植入式广告社会环境分析

一、中国稳步推进文化产业体制改革

二、中国将从媒体大国走向媒体强国

三、中国传媒产业进入快速发展阶段

四、中国新媒体发展日趋成熟

第四节 中国植入式广告行业环境分析

第三章 中国植入式广告行业运行形势透析

第一节 植入式广告在我国迅速发展的原因解析

- 一、消费者对显形广告的注意度和信任度下降
- 二、植入式广告使企业和媒体实现双赢
- 三、政府方面对显形广告播出的限制

第二节 中国植入式广告行业运行总况

第三节 中国植入式广告深度剖析

- 一、由低频率向高频率转变
- 二、由单一品牌向多品牌转变
- 三、由静态向动态转变

第四节 制约中国植入式广告发展的因素分析

第五节 促进植入式广告发展的对策建议

第四章 中国植入式广告的运作分析

第一节 中国优秀植入式广告的特性

- 一、不可分割性
- 二、真实性
- 三、多赢性
- 四、灵活性

第二节 中国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

第三节 中国植入式广告的运作困局

第四节 中国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

第五章 中国影视植入式广告运行分析

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 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

第三节 中国电视植入式广告运行模式与经验借鉴

- 一、电视植入式广告运作模式
- 二、植入式广告与电视作品的审美冲突
- 三、植入式广告对中国电视剧市场的影响
- 四、美国电视植入式广告发展经验借鉴

第四节 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

第五节 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

第六章 中国网络游戏植入式广告运行格局透析

第一节 中国网络游戏植入式广告运行总况

第二节 影响中国网络游戏植入式广告的因素探析

- 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 中国网络游戏植入广告经营策略

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

第七章 中国广告产业运行态势分析

第一节 中国广告业综述

一、广告的市场定价作用探析

二、广告与品牌、营销关系

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

六、中国广告市场上的外资发展分析

七、中国广告行业创意发展分析

八、广告市场存在问题分析

第二节 中国广告业深度剖析

一、近几年中国广告业统计分析

二、我国广告市场总体规模进入世界前列

三、我国广告市场监管整治成效显现

四、中国广告业呈现复苏迹象

第三节 中国电视广告发展分析

一、电视媒体在传统四大媒体中的地位

二、网络时代电视媒体的生存态势

三、中国电视媒体的改革创新

四、中国电视媒体国际化道路分析

五、我国高端电视媒体的建设

六、中国电视广告市场发展分析

第八章 中国电影市场运营新形态

第一节 中国影视产业发展概况

一、中国影视业发展成就

- 二、中国影视业需求旺盛
- 三、内地影视基地日趋错位经营
- 四、中国影视动画产业迈入快速发展阶段
- 五、中国网络影视产业发展分析

第二节 中国电影业发展分析

- 一、中国电影业将迎来整合时代
- 二、中国低成本影片发展分析
- 三、中国电影产业改革
- 四、电影产业化发展分析

第三节 中国电影市场探析

- 一、电影市场资本大行其道
- 二、中国电影市场及消费分析
- 三、中国电影应走市场化运作模式

第九章 中国电视剧市场深度评估

第一节 中国电视产业综述

- 一、中国电视产业的新媒体传播创新
- 二、电视产业数据统计分析
- 三、电视产业盈利模式

第二节 中国电视剧产业概况

第三节 中国电视剧市场分析

- 一、中国电视剧市场发展特点
- 二、中国电视剧市场发展演变历程
- 三、中国电视剧市场发展动态
- 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
- 六、电视剧市场订单化发展态势分析

第十章 2023-2029年中国植入式广告行业投资战略分析

第一节 中国植入式广告的新兴载体透析

- 一、交友网站植入式广告业务收效显著
- 二、社区网站尝试植入式广告营销

三、视频网站抢占植入式广告市场份额

四、电视台植入式广告受商家追捧

五、植入式广告进入商业话剧领域

第二节 中国植入式广告客户分析

一、汽车厂商发掘植入式广告商机

二、IT产品注重植入式广告营销

三、时尚品牌成植入式广告重点客户群

四、植入式广告开创我国药品传播新途径

第三节 2023-2029年中国植入式广告行业投资机遇及风险

一、黄金档广告限播令为植入式广告带来机遇

二、植入式广告的收效评估与成本核算

三、植入式广告投资风险

四、植入式广告投资建议

第十一章 2023-2029年中国植入式广告业前景预测与趋势展望分析

第一节 2023-2029年中国植入式广告行业的发展趋势

一、发展全球化

二、涉及领域广泛化

三、媒体运用多样化

四、运作模式复杂化

第二节 2023-2029年中国植入式广告行业前景展望

一、植入式广告发展潜力巨大

二、中国植入式广告行业前景广阔

三、网络植入式广告发展前景看好

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202305/364020.html>