

2017-2022年中国影视广告行业发展态势及十三五 发展策略研究报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2017-2022年中国影视广告行业发展态势及十三五发展策略研究报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/guanggaochuanmei/274112274112.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

影视广告即电影、电视广告影片。影视广告的英文简称为“CF”，C(commercial):商业的，商贸的。F(film):胶卷，影片，薄膜，膜层。CF：从字面上翻译是“商业的影片”。原意上是指使用电影胶片拍摄的广告片，即电影广告片。影视广告片既有电影广告又有电视广告，它们之间可以通过胶转磁或磁转胶等技术手段进行播放介质的转换，所以它们既可以在电影银幕上播放，也可以在电视机上播放。因此，国际上泛指为电影。

影视广告片广泛用于企业形象宣传、产品推广；具有着广泛的社会接受度。企业介绍专题片或产品推介专题片有着信息量大的特点；但传统的胶片拍摄费用中小企业不易承受，我们有着多年专业影视制作经验，运用现代数码设备，推出高性价比影视专题片制作解决方案。影视专题片是一种直接、主动、精确、有效的企业形象、产品形象推广好方法；企业形象广告能将企业理念、视觉结合在一起使企业传递给公众其特殊统一的、良好的形象。

影视广告是非常奏效而且覆盖面较广的广告传播方法之一。影视广告制作上具有即时传达远距离信息的媒体特性——传播上的高精度化，影视广告能使观众自由的发挥对某种商品形象的想象，也能具体而准确地传达吸引顾客的意图。传播的信息容易成为人的共识并得到强化、环境暗示、接受频率高。并且，这种形式各个年龄段的人都容易接受，所以可以说影视广告是覆盖面最大的大众传播媒体。

中国报告网发布的《2017-2022年中国影视广告行业发展态势及十三五发展策略研究报告》内容严谨、数据翔实，更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展动向、市场前景、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资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。

第一部分产业环境透视

第一章影视广告产业概述

第一节影视广告行业研究范围定义

一、影视广告行业专业名词解释

二、影视广告行业研究范围界定

三、影视广告行业研究框架简介

四、影视广告行业调研工具介绍

第二节影视广告行业定义与分类

一、影视广告行业的概念及定义

二、影视广告行业主要产品分类

第三节影视广告行业产业链分析

一、影视广告行业产业链简介

二、产业链上游发展分析

三、产业链下游发展分析

四、上下游行业影响分析

第四节影视广告优势分析

一、娱乐价值最凶猛

二、顺应网络营销大势

三、属于用户友好型广告

四、无惧微博的衰落和朋友圈的封闭

五、通杀老中青少儿

第二章国际影视广告行业发展动向与趋势分析

第一节美国影视广告行业发展分析

一、美国影视广告行业的现状

二、美国的影视广告行业的运营模式

三、美国影视广告行业对我国的启示

第二节欧洲影视广告行业发展分析

一、欧洲影视广告行业的现状

二、欧洲的影视广告行业的运营模式

三、欧洲影视广告行业对我国的启示

第三节韩国影视广告行业发展分析

一、韩国影视广告行业的现状

二、韩国的影视广告行业的运营模式

三、韩国影视广告行业对我国的启示

第四节日本影视广告行业发展分析

一、日本影视广告行业的现状

二、日本的影视广告行业的运营模式

三、日本影视广告行业对我国的启示

第三章我国影视广告行业的市场环境分析及影响分析 (pest)

第一节影视广告行业政治法律环境 (p)

一、行业监管部门分析

二、行业监管体制分析

三、行业相关法律法规和政策

第二节行业经济环境分析（e）

一、宏观经济形势分析

二、宏观经济环境对行业的影响分析

三、影视广告及相关行业经济形势分析

四、相关行业经济对影视广告行业的影响分析

第三节行业社会环境分析（s）

一、影视广告行业社会环境

二、社会环境对行业的影响

第四节行业技术环境分析（t）

一、影视广告制作技术分析

二、数字技术对影视广告的影响分析

第二部分行业现状分析

第四章我国影视广告行业运行现状分析

第一节我国影视广告行业发展状况分析

一、我国影视广告行业发展阶段

二、我国影视广告行业发展总体概况

三、我国影视广告行业发展特点分析

第二节我国影视广告行业发展现状

一、我国影视广告行业市场规模

二、我国影视广告行业发展分析

三、我国影视广告企业发展分析

第三节我国影视广告行业经济指标分析

一、我国影视广告行业的产销能力分析

二、我国影视广告行业的盈利能力分析

三、我国影视广告行业的运营能力分析

四、我国影视广告行业的偿债能力分析

五、我国影视广告行业的发展能力分析

第四节我国影视广告进出口分析

一、我国影视广告进口分析

二、我国影视广告出口分析

三、我国进出口总体情况分析

第五章2013-2016年我国影视广告市场供需形势分析

第一节2013-2016年影视广告行业供给分析

一、影视广告行业供给方分析

二、影视广告行业发行数量分析

三、影视广告行业发行题材比重分析

第二节2013-2016年影视广告行业需求分析

一、影视广告行业需求方分析

二、不同类型影视广告需求的比重分析

第三节2013-2016年影视广告行业供需平衡分析

一、影视广告供给方和需求方的关系

二、影视广告行业供需平衡分析

第三部分行业竞争格局

第六章2013-2016年影视广告行业竞争形势

第一节行业总体市场竞争状况分析

一、影视广告行业竞争结构分析

二、影视广告行业集中度分析

三、影视广告行业SWOT分析

第二节影视广告行业竞争五力分析

一、影视广告行业现有竞争者分析

二、影视广告行业新进入者分析

三、影视广告行业替代品威胁

四、影视广告行业上游议价能力

五、影视广告行业下游议价能力

第三节2013-2016年影视广告行业竞争格局分析

一、2013-2016年国内外影视广告竞争分析

二、2013-2016年我国影视广告市场竞争分析

三、2013-2016年我国影视广告市场集中度分析

四、2013-2016年国内主要影视广告企业动向

第七章2013-2016年影视广告行业竞争格局分析

第一节不同类型影视广告竞争格局

一、投影广告竞争分析

二、现场广告竞争分析

三、网络广告竞争分析

四、电视广告竞争分析

第二节我国不同区域影视广告竞争格局

一、东北影视广告竞争格局分析

二、华东影视广告竞争格局分析

三、华南影视广告竞争格局分析

四、西南影视广告竞争格局分析

五、华北影视广告竞争格局分析

六、华中影视广告竞争格局分析

七、西北影视广告竞争格局分析

第八章影视广告行业竞争策略分析

第一节影视广告行业市场竞争策略分析

一、2016年影视广告市场增长潜力分析

二、2016年影视广告主要潜力项目分析

三、现有影视广告竞争策略分析

四、影视广告潜力项目竞争策略选择

五、典型企业项目竞争策略分析

第二节影视广告企业竞争策略分析

一、2017-2022年我国影视广告市场竞争趋势

二、2017-2022年影视广告行业竞争格局展望

三、2017-2022年影视广告行业竞争策略分析

四、2017-2022年影视广告企业竞争策略分析

第九章2013-2016年我国影视广告重点企业分析

第一节汉狮影视广告有限公司

一、企业简介

二、企业竞争力分析

三、企业经营情况分析

四、企业投资前景分析

第二节DMG娱乐传媒集团

一、企业简介

二、企业竞争力分析

三、企业经营情况分析

四、企业投资前景分析

第三节梅高广告公司

一、企业简介

二、企业竞争力分析

三、企业经营情况分析

四、企业投资前景分析

第四节观池影视

一、企业简介

二、企业竞争力分析

三、企业经营情况分析

四、企业投资前景分析

第五节中美影联文化传播公司

一、企业简介

二、企业竞争力分析

三、企业经营情况分析

四、企业投资前景分析

第六节太平盛世影视广告公司

一、企业简介

二、企业竞争力分析

三、企业经营情况分析

四、企业投资前景分析

第七节叶茂中营销策划机构

一、企业简介

二、企业竞争力分析

三、企业经营情况分析

四、企业投资前景分析

第八节贞观国际影片制作公司

一、企业简介

二、企业竞争力分析

三、企业经营情况分析

四、企业投资前景分析

第四部分市场趋势调查及投资前景研究

第十章2017-2022年影视广告行业前景及趋势预测

第一节2017-2022年影视广告市场趋势预测

一、影视广告行业市场规模预测

二、影视广告行业产品结构预测

三、影视广告行业企业数量预测

第二节2017-2022年我国影视广告行业供需预测

一、2017-2022年我国影视广告行业供给预测

二、2017-2022年我国影视广告行业需求预测

三、2017-2022年我国影视广告行业供需平衡预测

第十一章2017-2022年影视广告行业投资价值评估

第一节我国影视广告行业投资现状分析

一、影视广告行业投资现状

二、影视广告行业投资形势

三、影视广告行业投资机遇

四、影视广告行业投资前景

第二节影视广告行业投资特性分析

一、影视广告行业进入壁垒分析

二、影视广告行业盈利因素分析

三、影视广告行业盈利模式分析

第三节2017-2022年影视广告行业发展的影响因素

一、有利因素

二、不利因素

第四节2017-2022年影视广告行业投资价值评估分析

第十二章研究结论及投资建议

第一节影视广告行业研究结论及建议

第二节影视广告子行业研究结论及建议

第三节影视广告行业投资建议

一、行业投资策略建议

二、行业投资方向建议

三、行业投资方式建议

图表目录:

图表：影视广告的分类

图表：美国影视广告制作量

图表：欧洲影视广告制作量

图表：韩国影视广告制作量

图表：日本影视广告制作量

图表：2013-2016年我国影视广告行业市场规模

图表：2013-2016年我国影视广告行业的发行数量

图表：2013-2016年我国影视广告行业的营运能力

图表：2013-2016年我国影视广告出口种数

图表：2013-2016年我国影视广告出口数量

图表：2013-2016年我国影视广告出口金额

图表：2013-2016年我国影视广告进口种数

图表：2013-2016年我国影视广告进口数量

图表：2013-2016年我国影视广告进口金额

图表：2013-2016年我国影视广告行业供应数量

图表：2013-2016年我国影视广告行业需求数量

图表：2017-2022年我国影视广告行业市场规模预测

图表：2017-2022年我国影视广告行业市场结构预测

图表：2017-2022年我国影视广告行业盈利情况预测

(GYZX)

图表详见正文•••••

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，请放心查阅。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/guanggaochuanmei/274112274112.html>