

中国植入式广告行业发展现状及未来五年投资价值评估报告

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《中国植入式广告行业发展现状及未来五年投资价值评估报告》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/216249216249.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

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 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 《文化产业振兴规划》

2.2 经济环境

2.2.1 中国国民经济总体运行状况

2.2.2 我国国民经济运行情况

第三章 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概况

3.2.1 我国植入式广告行业发展回顾

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 发展植入式广告行业的对策思路

第四章 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

4.2 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

4.3 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 影视植入式广告投资策略

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 网络游戏植入式广告分析

5.1 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 植入式广告投资前景

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

7.3.2 IT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 中国植入式广告行业发展趋势及前景

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 网络植入式广告趋势预测看好

8.2.4 未来五年中国植入式广告行业预测分析

图表详见正文.....

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/guanggaochuanmei/216249216249.html>