

2014-2018年中国植入式广告市场分析与投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2014-2018年中国植入式广告市场分析与投资前景研究报告》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.bosidata.com/chuanmei1401/S0271636E6.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2014-01-13

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2014-2018年中国植入式广告市场分析与投资前景研究报告》共八章。首先介绍了植入式广告相关概述、中国植入式广告市场运行环境等，接着分析了中国植入式广告市场发展的现状，然后介绍了中国植入式广告重点区域市场运行形势。随后，报告对中国植入式广告重点企业经营状况分析，最后分析了中国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。

当前，广告在电影中的植入已经从后期的植入转向全程的植入，大部分客户不但在影片中植入广告、还在后期上映时候同步推出活动，以形成更大的效果。近年来，我国电影市场出现井喷行情，媒体市场的发展形成天时地利人和的条件，植入式广告成为广告客户的一致选择，电影植入式广告市场全面爆发。而随着自制剧的出现，广告植入成为电视台盈利模式之一，其规模和专业性也在不断提高。自21世纪以来，植入式广告在中国市场蓬勃发展，从最初的电影植入逐步扩展到电视节目、网络游戏、交友网站、视频网站、商业话剧等各个领域。

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 2013年中国植入式广告行业面临的发展环境

2.1 政策环境

2.2 经济环境

第三章 2013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 2013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

4.2 2013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

4.3 2013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 2013年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 2013年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 2013年网络游戏植入式广告分析

5.1 2013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 2013年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

7.3.2 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 网络植入式广告发展前景看好
 - 8.2.4 2014-2018年中国植入式广告行业预测分析

图表目录：

- 图表：国内生产总值同比增长速度
- 图表：全国粮食产量及其增速
- 图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）
- 图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）
- 图表：进出口总额（亿美元）
- 图表：广义货币（M2）增长速度（%）
- 图表：居民消费价格同比上涨情况
- 图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）
- 图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）
- 图表：农村居民人均收入实际增长速度
- 图表：人口及其自然增长率变化情况
- 图表：2013年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）
- 图表：2013年房地产开发投资同比增速（%）
- 图表：2014年中国GDP增长预测
- 图表：国内外知名机构对2014年中国GDP增速预测
- 图表：略……

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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/chuanmei1401/S0271636E6.html>