

中国植入式广告行业发展深度调研与投资前景研究报告（2022-2029年）

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深度调研与投资前景研究报告（2022-2029年）》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://www.chinabaogao.com/baogao/202203/583670.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

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

植入式广告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，常见的广告植入物有：商品、标识、VI、CI、包装、品牌名称以及企业吉祥物等等。

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。

我国植入式广告常见的植入场景及方式

场景

植入方式

商业广告

广告拍摄点

影视

台词表述：即产品或品牌名称出现在影片台词中

特写镜头：这是植入式广告最常见的出现方式，具体方式就是“道具应用”

扮演角色：商品或品牌在影视剧中不再是道具，而是一个角色，这属于深度嵌入型的广告形式

场景提供：《魔戒3》的上映再度在全球影迷心中掀起一股新西兰旅游热，他们希望亲临《魔戒》拍片现场一探“中土”的真实面貌，现在到新西兰旅游成了全球观光客最热门的选择之一

综艺节目

奖品提供：综艺节目中嘉宾与现场观众、场外观众常常有获奖的机会,主持人反复介绍所提供奖品和奖品的赞助商

节目道具：这是把商品深度嵌入到综艺类节目中，提高与受众的接触率的上佳方式

网络文章

网络原创小说：广告植入信息可以体现为小说人物的某个嗜好、对某种品牌的看法、某个日常生活消费习惯等等

网络新闻门户：广告植入信息可以体现为对某个品牌或某个企业的新闻报道

个人博客或者网络论坛：广告植入信息可以体现为博主对某个品牌的点评或推崇

图书

科普教材类图书中，往往需要很多案例，在案例部分，可以将企业及相关信息进行详细的分析，并巧妙的向读者表达企业所要展示的信息

小说等娱乐类图书中的广告植入，这类图书主要是给人以精神上的娱乐，因此，其植入方式

方法与电影中的植入式方法大体上是差不多的，不过由于图书没有电影的时间限制，因此在许多方面，植入式广告可以做得更加深刻

由企业赞助出版，这种赞助出版业包括企业家署名联合出版和为企业量身定制出版两种

数据来源：观研天下整理

随着司空见惯的传统广告弊端的激化，植入式广告凭借着受众数量庞大、接触质量高等优势，近几年以日新月异之势快速发展起来。2016-2020年，我国网络广告行业市场规模不断扩大，截止2020年底达7666亿元，同比增长18.6%。

数据来源：观研天下整理

同时，随着网民规模快速增长、互联网普及率上升及AI、5G等新技术不断成熟，都为网络综艺的爆发提供了肥沃的土壤，这也为广告主的投放决策选好了方向。根据数据显示，2020年，中国电视综艺数量158部，同比下降22.5%，网络综艺数量为206部，同比增长10.2%

。

数据来源：观研天下整理

因此，随着网络广告规模不断扩大及综艺市场持续火爆，广告植入也开始了不一样的放飞形式。众所周知，广告植入形式通常都是以冠名、赞助等方式为主，比如在《王牌对王牌》中，安慕希酸奶的广告植入。

不过，在当前的互联网生态环境及时间碎片化时代下，让时长在3至5分钟、简洁明快、轻松搞笑的短视频迅速上位成新宠，也让其一度成为广告主青睐的投放渠道，短视频成为广告金主的香饽饽。

而且在抖音等短视频APP上，通过影视剪辑、日常生活、化妆教学等各类分享型的视频，可为餐饮店、化妆品牌、日用品等广告主带来切实效果，而且广告投入成本低，对于大UP主的宣传使得品牌目标受众广泛。例如抖音上的李佳琪分享护肤品牌攻略，让粉丝清晰了解品牌的产品功效及使用方法，并且产生兴趣，根据链接进店购买，在这一过程中，内容即广告，广告即内容。同时，李佳琪的大部分带有广告的视频点赞、浏览量超万，而这仅仅是短视频行业中的一个突出代表，其他视频博主会为植入式广告带来多大的库存增量是可想而知。

李佳琪抖音广告位相关视频点赞情况

资料来源：抖音

综上所述，植入式广告作为现阶段主流的营销方式之一，它不仅能够为广告主带来了可观的经济效益，还能进一步巩固广告的效果，以及降低了制作成本和运营风险，市场也愈发有料有趣有味。（WYD）

观研报告网发布的《中国植入式广告行业发展深度调研与投资前景研究报告（2022-2029年

)》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，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。

行业报告是业内企业、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。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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家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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【目录大纲】

第一章 2018-2022年中国植入式广告行业发展概述

第一节 植入式广告行业发展情况概述

一、植入式广告行业相关定义

二、植入式广告行业基本情况介绍

三、植入式广告行业发展特点分析

四、植入式广告行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售/服务模式

五、植入式广告行业需求主体分析

第二节 中国植入式广告行业生命周期分析

一、植入式广告行业生命周期理论概述

二、植入式广告行业所属的生命周期分析

第三节植入式广告行业经济指标分析

- 一、植入式广告行业的赢利性分析
- 二、植入式广告行业的经济周期分析
- 三、植入式广告行业附加值的提升空间分析

第二章 2018-2022年全球植入式广告行业市场发展现状分析

第一节全球植入式广告行业发展历程回顾

第二节全球植入式广告行业市场规模与区域分布情况

第三节亚洲植入式广告行业地区市场分析

- 一、亚洲植入式广告行业市场现状分析
- 二、亚洲植入式广告行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲植入式广告行业市场前景分析

第四节北美植入式广告行业地区市场分析

- 一、北美植入式广告行业市场现状分析
- 二、北美植入式广告行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美植入式广告行业市场前景分析

第五节欧洲植入式广告行业地区市场分析

- 一、欧洲植入式广告行业市场现状分析
- 二、欧洲植入式广告行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧洲植入式广告行业市场前景分析

第六节 2022-2029年世界植入式广告行业分布走势预测

第七节 2022-2029年全球植入式广告行业市场规模预测

第三章 中国植入式广告行业产业发展环境分析

第一节我国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析
- 二、工业经济发展形势分析
- 三、社会固定资产投资分析
- 四、全社会消费品零售总额
- 五、城乡居民收入增长分析
- 六、居民消费价格变化分析
- 七、对外贸易发展形势分析

第二节我国宏观经济环境对植入式广告行业的影响分析

第三节中国植入式广告行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

三、主要行业标准

第四节政策环境对植入式广告行业的影响分析

第五节中国植入式广告行业产业社会环境分析

第四章 中国植入式广告行业运行情况

第一节中国植入式广告行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节中国植入式广告行业市场规模分析

一、影响中国植入式广告行业市场规模的因素

二、中国植入式广告行业市场规模

三、中国植入式广告行业市场规模解析

第三节中国植入式广告行业供应情况分析

一、中国植入式广告行业供应规模

二、中国植入式广告行业供应特点

第四节中国植入式广告行业需求情况分析

一、中国植入式广告行业需求规模

二、中国植入式广告行业需求特点

第五节中国植入式广告行业供需平衡分析

第五章 中国植入式广告行业产业链和细分市场分析

第一节中国植入式广告行业产业链综述

一、产业链模型原理介绍

二、产业链运行机制

三、植入式广告行业产业链图解

第二节中国植入式广告行业产业链环节分析

一、上游产业发展现状

二、上游产业对植入式广告行业的影响分析

三、下游产业发展现状

四、下游产业对植入式广告行业的影响分析

第三节我国植入式广告行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

第六章 2018-2022年中国植入式广告行业市场竞争分析

第一节 中国植入式广告行业竞争要素分析

一、产品竞争

二、服务竞争

三、渠道竞争

四、其他竞争

第二节 中国植入式广告行业竞争现状分析

一、中国植入式广告行业竞争格局分析

二、中国植入式广告行业主要品牌分析

第三节 中国植入式广告行业集中度分析

一、中国植入式广告行业市场集中度影响因素分析

二、中国植入式广告行业市场集中度分析

第七章 2018-2022年中国植入式广告行业模型分析

第一节 中国植入式广告行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、波特五力模型原理

二、供应商议价能力

三、购买者议价能力

四、新进入者威胁

五、替代品威胁

六、同业竞争程度

七、波特五力模型分析结论

第二节 中国植入式广告行业SWOT分析

一、SOWT模型概述

二、行业优势分析

三、行业劣势

四、行业机会

五、行业威胁

六、中国植入式广告行业SWOT分析结论

第三节 中国植入式广告行业竞争环境分析（PEST）

一、PEST模型概述

二、政策因素

三、经济因素

四、社会因素

五、技术因素

六、PEST模型分析结论

第八章 2018-2022年中国植入式广告行业需求特点与动态分析

第一节中国植入式广告行业市场动态情况

第二节中国植入式广告行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节植入式广告行业成本结构分析

第四节植入式广告行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、其他因素

第五节中国植入式广告行业价格现状分析

第六节中国植入式广告行业平均价格走势预测

一、中国植入式广告行业平均价格趋势分析

二、中国植入式广告行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国植入式广告行业所属行业运行数据监测

第一节中国植入式广告行业所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节中国植入式广告行业所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节中国植入式广告行业所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第十章 2018-2022年中国植入式广告行业区域市场现状分析

第一节 中国植入式广告行业区域市场规模分析

影响植入式广告行业区域市场分布的因素

中国植入式广告行业区域市场分布

第二节 中国华东地区植入式广告行业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区植入式广告行业市场分析

(1) 华东地区植入式广告行业市场规模

(2) 华南地区植入式广告行业市场现状

(3) 华东地区植入式广告行业市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区植入式广告行业市场分析

(1) 华中地区植入式广告行业市场规模

(2) 华中地区植入式广告行业市场现状

(3) 华中地区植入式广告行业市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区植入式广告行业市场分析

(1) 华南地区植入式广告行业市场规模

(2) 华南地区植入式广告行业市场现状

(3) 华南地区植入式广告行业市场规模预测

第五节 华北地区植入式广告行业市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区植入式广告行业市场分析

(1) 华北地区植入式广告行业市场规模

(2) 华北地区植入式广告行业市场现状

(3) 华北地区植入式广告行业市场规模预测

第六节 东北地区市场分析

一、东北地区概述

二、东北地区经济环境分析

三、东北地区植入式广告行业市场分析

(1) 东北地区植入式广告行业市场规模

(2) 东北地区植入式广告行业市场现状

(3) 东北地区植入式广告行业市场规模预测

第七节西南地区市场分析

一、西南地区概述

二、西南地区经济环境分析

三、西南地区植入式广告行业市场分析

(1) 西南地区植入式广告行业市场规模

(2) 西南地区植入式广告行业市场现状

(3) 西南地区植入式广告行业市场规模预测

第八节西北地区市场分析

一、西北地区概述

二、西北地区经济环境分析

三、西北地区植入式广告行业市场分析

(1) 西北地区植入式广告行业市场规模

(2) 西北地区植入式广告行业市场现状

(3) 西北地区植入式广告行业市场规模预测

第十一章 植入式广告行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优势分析

第二节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

· · · · ·

第十二章 2022-2029年中国植入式广告行业发展前景分析与预测

第一节中国植入式广告行业未来发展前景分析

一、植入式广告行业国内投资环境分析

二、中国植入式广告行业市场机会分析

三、中国植入式广告行业投资增速预测

第二节中国植入式广告行业未来发展趋势预测

第三节中国植入式广告行业规模发展预测

一、中国植入式广告行业市场规模预测

二、中国植入式广告行业市场规模增速预测

三、中国植入式广告行业产值规模预测

四、中国植入式广告行业产值增速预测

五、中国植入式广告行业供需情况预测

第四节中国植入式广告行业盈利走势预测

第十三章 2022-2029年中国植入式广告行业进入壁垒与投资风险分析

第一节中国植入式广告行业进入壁垒分析

- 一、植入式广告行业资金壁垒分析
- 二、植入式广告行业技术壁垒分析
- 三、植入式广告行业人才壁垒分析
- 四、植入式广告行业品牌壁垒分析
- 五、植入式广告行业其他壁垒分析
- 第二节植入式广告行业风险分析
 - 一、植入式广告行业宏观环境风险
 - 二、植入式广告行业技术风险
 - 三、植入式广告行业竞争风险
 - 四、植入式广告行业其他风险
- 第三节中国植入式广告行业存在的问题
- 第四节中国植入式广告行业解决问题的策略分析

第十四章 2022-2029年中国植入式广告行业研究结论及投资建议

第一节观研天下中国植入式广告行业研究综述

- 一、行业投资价值
- 二、行业风险评估

第二节中国植入式广告行业进入策略分析

- 一、目标客户群体
- 二、细分市场选择
- 三、区域市场的选择

第三节植入式广告行业营销策略分析

- 一、植入式广告行业产品营销
- 二、植入式广告行业定价策略
- 三、植入式广告行业渠道选择策略

第四节观研天下分析师投资建议

图表详见报告正文

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202203/583670.html>