

2019年中国影视广告行业分析报告- 市场运营现状与发展商机研究

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《2019年中国影视广告行业分析报告-市场运营现状与发展商机研究》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/yingshidongman/388237388237.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。其中，影视广告的类型包括投影广告、现场广告、网络广告及电视广告。

近几年，中国广告业进入空前活跃时期。据数据显示：2017年我国广告行业经营额将达到6989亿元，未来五年年均复合增长率约为7.23%，预计2021年经营额将达到9239亿元。

2017-2021年我国广告行业经营额统计及预测 数据来源：商务委

网络广告主要包括传统视频广告、贴片广告、中插广告、版面广告、植入广告和其他各类创意广告。近年来，随着互联网的快速发展，网络广告发展迅速。预计2018年我国网络广告收入规模预计达到4186亿元，同比增加19.3%。

2013-2018年我国网络广告收入规模统计及预测

数据来源：商务委

而传统媒体广告中，主要以电视广告为主。2017年我国电视广告收入规模达到1008亿元，由于受互联网的冲击，电视广告收入同比略有下滑。

2013-2018年我国电视广告收入规模统计

数据来源：商务委

据数据显示：2017年我国电影市场增长明显，观影人次为16.22亿人次，同比增长18.39%，创历史新高，人均观影次数约为1.17次。由此也从侧面反映出我国电影广告行业发展潜力巨大。

数据来源：文化委

目前，我国广告类型正在逐步多样化，各类创意广告快速发展，如创意中插、弹幕广告、创可贴广告和短视频独立广告等，可见广告行业的发展前景广阔。而伴随着广告行业的快速发展，影视广告作为其细分领域，未来也随之快速发展。（XY）

【报告大纲】

第一章 影视广告行业基本概述

第一节 影视广告简述

- 一、变现形式
- 二、创作
- 三、交易流程

第二节 影视广告的制作流程

- 一、前期制作
- 二、线性编辑
- 三、后期制作

第三节 影视广告的其他概述

- 一、影视广告的作用
- 二、影视制作
- 三、制作公司

第二章 2018年中国广告行业发展形势综述

第一节 2018年中国广告业综述

- 一、中国现代广告的发展历程
- 二、中国广告业发展的市场环境分析
- 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

第二节 2018年中国广告行业的发展动态分析

- 一、我国广告市场总体规模分析
- 二、我国广告市场监管整治成效显现
- 三、2018年中国广告花费增幅分析

第三节 2018年中国广告市场上的外资发展分析

- 一、中国广告产业外资影响分析
- 二、国外广告公司加速进军中国
- 三、外资加速在华新媒体广告业布局
- 四、全球广告巨头中国市场竞争动态分析
- 五、外资广告公司强势崛起
- 六、外资广告集团在华营收状况

第四节 2018年中国广告行业创意发展分析

- 一、现代广告传播中的创意理论简析
- 二、世界多元文化对广告创意的影响分析

三、后现代主义影响下中国特色广告创意理念探索

四、中国广告作品创意趋势分析

第五节 2018年中国广告市场存在问题分析

一、中国广告行业的“多米诺效应”分析

二、广告业的市场壁垒效应分析

三、阻碍中国广告行业发展的四大问题解析

四、中国广告市场洗牌在即

第六节 广告市场发展对策分析

一、中国广告行业要实行集团化发展

二、中国广告教育需要新思维

三、要牢记广告的“根本”

四、有效广告投放途径分析

第三章 2018年中国影视广告行业市场发展环境分析

第一节 2018年中国经济环境分析

一、国民经济运行情况GDP

二、消费价格指数CPI、PPI

三、全国居民收入情况

四、恩格尔系数

五、工业发展形势

六、固定资产投资情况

七、中国汇率调整（人民币升值）

八、对外贸易&进出口

第二节 中国影视广告行业政策环境分析

一、《中华人民共和国广告法》

二、《广播电视广告播出管理办法》

三、《外商投资广告企业管理规定》

四、《关于促进广告业发展的指导意见》

五、《文化产业振兴规划》

第三节 2018年中国影视广告行业社会环境分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、中国城镇化率

六、居民的各种消费观念和习惯

第四章 2018年中国影视广告行业运行形势综述

第一节 2018年中国影视广告行业发展概述

一、影视广告行业发展特征分析

二、影视广告如何提升旅游品牌

三、影视广告插入立法引争议

第二节 2018年中国影视广告行业动态分析

一、三大汽车品牌植入影视广告的成功案例解析

二、凡拓三维动画制作技术助力穗和城影视广告

三、广电总局将影视广告植入纳入法制管理

第三节 2018年中国影视广告行业发展存在问题分析

第五章 2018年中国电影植入式广告行业动态分析

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 2018年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

六、植入广告成电影新生存方式

第三节 中国电影植入广告经典案例解析

第六章 2018年中国电视植入式广告行业运行形势分析

第一节 2018年中国电视植入式广告分析

一、电视植入式广告运作模式

二、美国电视植入式广告发展经验借鉴

三、植入式广告与电视作品的审美冲突

第二节 2018年中国电视植入式广告市场动态分析

一、植入式广告对国内电视剧市场的影响

二、植入式广告成为电视广告传播新途径

三、精准价值投放是发展趋势

第三节 广告未来发展趋势分析

第七章 2018年中国影视植入式广告市场面临问题及发展策略分析

第一节 2018年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

第二节 2018年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

第八章 2018年中国影视广告业市场竞争格局分析

第一节 中国媒体广告经营的竞争态势分析

- 一、创意成为富媒体广告主要竞争手段
- 二、新形势下我国媒体广告的竞争业态浅析
- 三、媒体广告经营的焦点在于品牌竞争
- 四、媒体广告经营竞争的关键要素

第二节 2018年中国影视广告行业市场竞争局势分析

- 一、影视广告行业竞争手段分析
- 二、影视广告品牌竞争分析
- 三、影视广告设计竞争分析

第三节 2018年中国影视广告市场竞争对策

第九章 世界五大广告集团分析

第一节 OMNICO集团

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业产品服务分析
- 三、企业经营状况分析
 - 1、企业偿债能力分析
 - 2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第二节 WPP集团

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第三节 INTERPUBLICGROUP

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第四节 阳狮集团

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第五节 日本电通集团

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第十章 中国本土影视广告公司发展分析

第一节 广东省广告有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第二节 上海广告有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第三节 昌荣传播机构

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第四节 三人行广告有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第五节 京维传凯普广告传播有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第六节 文丰影视传媒

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第七节 天橙传媒

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第八节 上海中广影视广告有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第九节 北京久和成影视广告有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

- 2、企业运营能力分析
- 3、企业盈利能力分析
- 四、企业竞争优势分析

第十一章 2018年中国电视产业运行走势分析

第一节 2018年中国电视业总体概况

- 一、中国电视产业总体发展现状分析
- 二、中国电视产业竞争格局分析
- 三、移动电视与传统电视产业发展分析
- 四、电视产业存在的不良盈利模式
- 五、做强中国电视业的措施

第二节 2018年中国电视剧产业概况

- 一、中国电视剧产业迈入繁荣发展期
- 二、中国电视剧产业自制剧再度崛起
- 三、中国电视剧产业与新媒体的融合分析
- 四、我国电视剧存在的问题及对策分析
- 五、电视剧内容产业的创新需求及其模式分析
- 六、电视剧产业精品化发展战略探析

第三节 2018年中国电视剧市场分析

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

第十二章 2018年中国电影业发展走势分析

第一节 2018年中国电影消费市场解析

- 一、电影消费者的年龄结构分析
- 二、现代化电影院的消费特点分析
- 三、中国电影市场消费存在的异象
- 四、高票价成电影消费市场的首要影响因素

第二节 2018年中国细分电影市场领域分析

- 一、二级电影市场和农村电影市场发展情况
- 二、国产儿童电影市场及营销分析
- 三、动漫电影成人市场消费分析

四、我国3D电影市场发展状况

第三节 2018年中国电影市场存在的问题及对策

- 一、中国电影市场存在的主要问题
- 二、中国电影业市场化面临的问题
- 三、中国电影品牌建设策略探析
- 四、中国电影应走市场化运作模式
- 五、中国电影在国际市场的发展策略

第十三章 2019-2025年中国影视广告行业发展前景预测分析

第一节 2019-2025年中国广告产品发展趋势预测分析

- 一、中国广告业发展展望
- 二、2019-2025年中国广告业预测分析
- 三、中国广告业发展的下一个市场潮流
- 四、中国广告行业未来趋势分析
- 五、我国广告业的发展方向
- 六、二十一世纪广告业发展总体趋势展望
- 七、广告业的娱乐发展趋势

第二节 2019-2025年中国影视广告行业发展前景预测分析

- 一、影视广告行业规模预测分析
- 二、影视广告发展方向分析
- 三、影视广告需求预测分析

第三节 2019-2025年中国影视广告行业市场盈利能力预测分析

第十四章 2019-2025年中国影视广告产业投资机会与风险研究

第一节 2019-2025年中国影视广告产业投资机会分析

- 一、地区投资机会研究
- 二、行业投资机会研究
- 三、资源开发投资机会研究

第二节 2019-2025年中国影视广告产业投资风险分析

- 一、政策法律风险分析
- 二、市场风险分析
- 三、技术风险分析
- 四、财务风险分析
- 五、经营风险分析

图表目录：

- 图表：2018年外资广告集团在华营收排行前八名
- 图表：2015-2018年中国GDP总量及增长趋势图
- 图表：2015-2018年中国月度CPI、PPI指数走势图
- 图表：2015-2018年我国城镇居民可支配收入增长趋势图
- 图表：2015-2018年我国农村居民人均纯收入增长趋势图
- 图表：2015-2018年中国城乡居民恩格尔系数对比表
- 图表：2015-2018年中国城乡居民恩格尔系数走势图
- 图表：2015-2018年我国工业增加值分季度增速
- 图表：2015-2018年我国全社会固定资产投资额走势图
- 图表：2018年美元兑人民币汇率中间价
- 图表：2015-2018年我国货物进出口总额走势图
- 图表：2015-2018年中国货物进口总额和出口总额走势图
- 图表：2015-2018年我国人口出生率、死亡率及自然增长率走势图
- 图表：2015-2018年我国总人口情况分析增长趋势图
- 图表：2018年人口情况分析及其构成
- 图表：2015-2018年我国广播和电视节目综合人口覆盖率走势图
- 图表：2015-2018年中国城镇化率走势图
- 图表：电视剧市场的市场主体及其关系
- 图表：电视剧市场运作机制示意图
- 图表：中国电影消费年龄结构图
- 图表：2019-2025年中国影视广告行业规模预测
- 图表：2019-2025年影视广告行业盈利能力预测图

图表详见正文 (GYZQPT)

【简介】

观研天下发布的《2019年中国影视广告行业分析报告-市场运营现状与发展商机研究》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。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。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/yingshidongman/388237388237.html>