

# 2012-2016年中国影视广告 行业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](http://www.bosidata.com)

# 报告报价

《2012-2016年中国影视广告行业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/chuanmei1112/J0438026QM.html>

【报告价格】纸介版6800元 电子版7000元 纸介+电子7500元

【出版日期】2011-12-14

【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

博思数据研究中心 <http://www.bosidata.com>

## 报告说明:

博思数据研究中心发布的《2012-2016年中国影视广告行业市场分析与投资前景研究报告》共十四章。首先介绍了影视广告相关概述、中国影视广告市场运行环境等，接着分析了中国影视广告市场发展的现状，然后介绍了中国影视广告重点区域市场运行形势。随后，报告对中国影视广告重点企业经营状况分析，最后分析了中国影视广告行业发展趋势与投资预测。您若想对影视广告产业有个系统的了解或者想投资影视广告行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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，所以说影视广告是覆盖面最大的大众传播媒体。

## 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 影视广告的有关概述

#### 一、影视广告的作用

#### 二、影视制作

#### 三、制作公司

## 第二章 中国广告行业发展形势综述

### 第一节 2011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 2011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著
- 三、2011年中国广告花费增幅分析

## 第三节 2011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 2011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 2011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 中国影视广告行业市场发展环境分析

#### 第一节 国内影视广告经济环境分析

- 一、GDP历史变动轨迹分析
- 二、固定资产投资历史变动轨迹分析
- 三、2012年中国影视广告经济发展预测分析

#### 第二节 中国影视广告行业政策环境分析

### 第四章 中国影视广告行业运行形势综述

#### 第一节 2011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 2011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 2011年中国影视广告行业发展存在问题分析

### 第五章 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 2011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分析

## 第六章 中国电视植入式广告行业运行形势分析

### 第一节 2011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 2011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 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 2011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 2011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 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 2011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 2011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 OMNICOM集团

一、OMNICOM集团简介

二、2008财年OMNICOM经营状况分析

三、2009财年OMNICOM经营状况分析

四、2010年四季度宏盟集团经营状况

### 第二节 WPP集团

一、集团简介

二、WPP集团的成长战略轨迹分析

三、WPP集团对外并购战略剖析

四、2008年WPP经营状况分析

五、2009年WPP集团经营状况

六、2010年WPP集团经营状况

### 第三节 INTERPUBLICGROUP

一、INTERPUBLIC简介

二、2008财年INTERPUBLIC经营状况分析

三、2009年财年INTERPUBLIC经营状况分析

四、2010年财年INTERPUBLIC集团经营状况

### 第四节 阳狮集团

一、集团简介

二、实力传播公司发展状况

三、阳狮集团进一步扩大在华份额

四、2009年阳狮集团进军成都

五、2009年阳狮集团斥资收购微软Razorfish

六、2010年阳狮集团运营分析

### 第五节 日本电通集团

一、电通集团简介

二、2008年日本电通广告优秀著作进入中国书市

三、2008年电通携手日本雅虎抢摊新型广告市场

四、2009财年电通集团经营状况分析

五、2011财年上半年日本电通集团经营状况

## 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

第二节 上海广告有限公司

第三节 昌荣传播机构

第四节 三人行广告有限公司

第五节 京维传凯普广告传播有限公司

第六节 文丰影视传媒

一、公司简介

二、公司组织机构及服务项目

三、公司优势

第七节 天橙传媒

一、品牌简介

二、企业分布及影视服务项目

三、企业规范体系

四、企业理念

第八节 上海中广影视广告有限公司

第九节 北京久和成影视广告有限公司

## 第十一章 中国电视产业运行走势分析

第一节 2011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、电视产业存在的不当盈利模式

五、做强中国电视业的措施

第二节 2011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 2011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 中国电影业发展走势分析

- 第一节 2011年中国电影消费市场分析
  - 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 2011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 2011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 2012-2016年中国影视广告行业发展前景预测分析

- 第一节 2012-2016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、2012-2016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 2012-2016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 2012-2016年中国影视广告行业市场盈利能力预测分析

第十四章 2012-2016年中国影视广告产业投资机会与风险分析

第一节 2012-2016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 2012-2016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（部分）：

图表：2005-2011年国内生产总值

图表：2005-2011年居民消费价格涨跌幅度

图表：2011年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2005-2011年国家外汇储备

图表：2005-2011年财政收入

图表：2005-2011年全社会固定资产投资

图表：2011年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2011年固定资产投资新增主要生产能力

图表：&hellip;&hellip;

更多图表详见正文&hellip;&hellip;

本研究报告数据主要采用国家统计数据，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/chuanmei1112/J0438026QM.html>