

2024-2029年中国影视广告行业市场前瞻分析与未来投资战略报告

报告简介

电影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，所以可以说影视广告是覆盖面最大的大众传播媒体。

影视广告在表现形式上，吸收了装潢、绘画、雕塑、音乐、舞蹈、电影、文学艺术特点，运用影视艺术形象思维的方法，使商品更富于感染力，号召力。

影视广告按自身的性质而言，它是商品信息的传递，但在表现形式上又与其他种类的广告不同，它是以艺术的手段来制作的。因此说，影视广告是科学的信息传递，又是利用艺术手法来表现的。

影视广告行业目前所呈现出来的发展势头比较好，因此也有大量的企业和个人开始进入到这一行业当中，不同的企业所具有的资源 and 优势都是不同的，使得市场得到进一步的细分，在市场竞争的过程当中，企业必须对自身所具有的特点进行培养和提升，使得企业所具有的核心竞争力得到进一步的提升，外部环境对其产生的影响能够得到进一步的降低。

影视广告研究报告对影视广告行业研究的内容和方法进行全面的阐述和论证，对研究过程中所获取的影视广告资料进行全面系统的整理和分析，通过图表、统计结果及文献资料，或以纵向的发展过程，或横向类别分析提出论点、分析论据，进行论证。影视广告报告绝对如实地反映客观情况，叙述、说明、推断、引用均恰如其分。文字、用词应力求准确。研究报告的文字也简单、明了、通顺、流畅，既明白如话，又把研究的效果准确地、科学地表达出来。影视广告研究报告以行业为研究对象，并基于行业的现状，行业经济运行数据，行业供需现状，行业竞争格局，重点企业经营分析，行业产业链分析，市场集中度等现实指标，分析预测行业的发展前景和投资价值。通过最深入的数据挖掘，对行业进行严谨分析，从多个角度去评估企业市场地位，准确挖掘企业的成长性，已经为众多企业带来了最专业的研究和最有价值的咨询服务过程。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息技术有限公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、全国商业信息中心、中国经济景气监测中心、51行业报告网以及国内外多种相关报刊杂志媒体提供的最新研究资料。本报告对国内外影视广告行业的发展状况进行了深入透彻地分析，对我国行业市场情况、技术现状、供需形势作了详尽研究，重点分析了国内外重点企业、行业发展趋势以及行业投资情况，报告还对影视广告下游行业的发展进行了探讨，是影视广告及相关企业、投资部门、研究机构准确了解目前中国市场发展动态，把握影视广告行业发展方向，为企业经营决策提供重要参考的依据。

报告目录

第一章 影视广告行业发展综述 1

第一节 影视广告行业相关概述 1

一、行业研究范围界定 1

二、影视广告的分类 1

三、影视广告行业的特点分析 2

第二节 影视广告行业发展环境分析 2

一、行业政策环境分析 2

1、行业管理体制 2

2、行业相关政策及解析 4

3、行业发展规划及解析 4

二、行业经济环境分析 5

1、中国gdp增长情况分析 5

2、中国cpi波动情况分析 6

3、居民人均收入增长情况分析 8

4、经济环境影响分析 8

三、行业社会环境分析 10

1、中国人口发展分析 10

(1)中国人口规模 10

(2)中国人口年龄结构 10

(3)中国人口健康状况 10

(4)中国人口老龄化进程 11

2、中国城镇化发展状况 11

3、中国居民消费习惯分析 12

第二章 当代背景下影视广告的发展机会分析 13

第一节 影视广告政策及其实施情况 13

- 一、影视广告相关政策解读 13
- 二、影视广告计划实施成果解读 13
- 第二节 影视广告在国民经济中的地位及作用分析 14
 - 一、影视广告内涵与特征 14
 - 二、影视广告与经济的关系分析 14
- 第三节 国内环境背景下影视广告发展的swot分析 15
 - 一、国家战略对影视广告产业的影响分析 15
 - 1、对影视广告市场资源配置的影响 15
 - 2、对影视广告产业市场格局的影响 15
 - 3、对影视广告产业发展方式的影响 16
 - 二、影视广告国家战略背景下影视广告发展的swot分析 16
 - 1、影视广告发展的优势分析 16
 - 2、影视广告发展的劣势分析 16
 - 3、影视广告发展的机遇分析 17
 - 4、影视广告发展面临的挑战 17
- 第三章 国际影视广告行业发展分析 18
 - 第一节 国际影视广告行业发展环境分析 18
 - 一、全球人口状况分析 18
 - 二、国际宏观经济环境分析 19
 - 1、国际宏观经济发展现状 19
 - 2、国际宏观经济发展预测 36
 - 3、国际宏观经济发展对行业的影响分析 37
 - 第二节 国际影视广告行业发展现状分析 37
 - 一、国际影视广告行业发展概况 37

- 二、主要国家影视广告行业的经济效益分析 38
- 三、国际影视广告行业的发展趋势分析 39
- 第三节 主要国家及地区影视广告行业发展状况及经验借鉴 41
 - 一、美国影视广告行业发展分析 41
 - 二、欧洲影视广告行业发展分析 43
 - 三、日本影视广告行业发展分析 43
 - 四、台湾地区影视广告行业发展分析 44
 - 五、国外影视广告行业发展经验总结 45
- 第四章 2019-2023年中国影视广告行业发展现状分析 49
 - 第一节 中国影视广告行业发展概况 49
 - 一、中国影视广告行业发展趋势 49
 - 二、中国影视广告发展状况 50
 - 1、影视广告行业发展规模 50
 - 2、影视广告行业供需状况 52
 - 第二节 中国影视广告运营分析 52
 - 一、中国影视广告经营模式分析 52
 - 二、中国影视广告经营项目分析 54
 - 三、中国影视广告运营存在的问题 54
- 第五章 互联网对影视广告的影响分析 56
 - 第一节 互联网对影视广告行业的影响 56
 - 一、智能影视广告设备发展情况分析 56
 - 1、智能影视广告设备发展概况 56
 - 2、主要影视广告app应用情况 57
 - 二、影视广告智能设备经营模式分析 61

- 1、智能硬件模式 61
- 2、影视广告app模式 61
- 3、虚实结合模式 64
- 4、个性化资讯模式 64
- 三、智能设备对影视广告行业的影响分析 65
 - 1、智能设备对影视广告行业的影响 65
 - 2、影视广告智能设备的发展趋势分析 67
- 第二节 互联网+影视广告发展模式分析 69
 - 一、互联网+影视广告商业模式解析 69
 - 1、影视广告o2o模式分析 69
 - (1)运行方式 69
 - (2)盈利模式 69
 - 2、智能联网模式 69
 - (1)运行方式 69
 - (2)盈利模式 70
 - 二、互联网+影视广告案例分析 70
 - 1、案例一：三牛食品植入《我是歌手》第四季 70
 - 2、案例二：英菲尼迪植入《是!尚先生》 70
 - 3、案例三：水密码植入《逆袭》玩转整合营销 71
 - 4、案例四：搜狗植入《欢乐颂》 71
 - 5、案例五：qq-ar与《速8》的激情碰撞 72
 - 三、互联网背景下影视广告行业发展趋势分析 72
- 第六章 中国影视广告需求与消费者偏好调查 74
 - 第一节 影视广告产品目标客户群体调查 74

- 一、不同收入水平消费者偏好调查 74
- 二、不同年龄的消费者偏好调查 74
- 三、不同地区的消费者偏好调查 74
- 第二节 影视广告产品的品牌市场调查 75
- 一、消费者对影视广告品牌认知度宏观调查 75
- 二、消费者对影视广告产品的品牌偏好调查 75
- 三、消费者对影视广告品牌的首要认知渠道 76
- 四、消费者经常购买的品牌调查 76
- 五、影视广告主要投放品类调查 77
- 六、消费者的消费理念调研 77
- 第三节 不同客户购买相关的态度及影响分析 78
- 一、价格敏感程度 78
- 二、品牌的影响 78
- 三、购买方便的影响 79
- 第七章 中国重点城市影视广告市场分析 80
- 第一节 北京市影视广告市场分析 80
- 一、北京市影视广告行业需求分析 80
- 二、北京市影视广告发展情况 80
- 三、北京市影视广告存在的问题与建议 80
- 第二节 上海市影视广告市场分析 81
- 一、上海市影视广告行业需求分析 81
- 二、上海市影视广告发展情况 82
- 三、上海市影视广告存在的问题与建议 82
- 第三节 深圳市影视广告市场分析 84

- 一、深圳市影视广告行业需求分析 84
- 二、深圳市影视广告发展情况 84
- 三、深圳市影视广告存在的问题与建议 84
- 第四节 重庆市影视广告市场分析 85
- 一、重庆市影视广告行业需求分析 85
- 二、重庆市影视广告发展情况 85
- 三、重庆市影视广告存在的问题与建议 86
- 第八章 中国领先企业影视广告经营分析 88
- 第一节 中国影视广告总体状况分析 88
- 一、企业规模分析 88
- 二、企业类型分析 88
- 三、企业性质分析 89
- 第二节 领先影视广告经营状况分析 89
- 一、浙江华媒控股股份有限公司 89
- 1、企业发展简况分析 89
- 2、企业经营情况分析 90
- 3、企业服务内容分析 93
- 4、企业经营优劣势分析 93
- 5、企业最新发展动态 94
- 二、浙江唐德影视股份有限公司 94
- 1、企业发展简况分析 94
- 2、企业经营情况分析 95
- 3、企业服务内容分析 96
- 4、企业经营优劣势分析 97

- 5、企业最新发展动态 98
- 三、横店影视股份有限公司 98
 - 1、企业发展简况分析 98
 - 2、企业经营情况分析 98
 - 3、企业服务内容分析 100
 - 4、企业经营优劣势分析 100
 - 5、企业最新发展动态 101
- 四、湖北省广播电视信息网络股份有限公司 101
 - 1、企业发展简况分析 101
 - 2、企业经营情况分析 103
 - 3、企业服务内容分析 103
 - 4、企业经营优劣势分析 104
 - 5、企业最新发展动态 104
- 五、大连天神娱乐股份有限公司 105
 - 1、企业发展简况分析 105
 - 2、企业经营情况分析 106
 - 3、企业服务内容分析 106
 - 4、企业经营优劣势分析 107
 - 5、企业最新发展动态 108
- 六、华谊兄弟传媒股份有限公司 109
 - 1、企业发展简况分析 109
 - 2、企业经营情况分析 109
 - 3、企业服务内容分析 109
 - 4、企业经营优劣势分析 110

5、企业最新发展动态 110

七、中视传媒股份有限公司 110

1、企业发展简况分析 110

2、企业经营情况分析 112

3、企业服务内容分析 114

4、企业经营优劣势分析 114

5、企业最新发展动态 115

八、爱奇艺 115

1、企业发展简况分析 115

2、企业经营情况分析 116

3、企业服务内容分析 116

4、企业经营优劣势分析 117

5、企业最新发展动态 117

九、腾讯视频 118

1、企业发展简况分析 118

2、企业经营情况分析 118

3、企业服务内容分析 118

4、企业经营优劣势分析 118

5、企业最新发展动态 119

十、广东南方新媒体股份有限公司 119

1、企业发展简况分析 119

2、企业经营情况分析 120

3、企业服务内容分析 120

4、企业经营优劣势分析 120

5、企业最新发展动态	121
第九章 影视广告行业发展趋势分析	124
第一节 发展环境展望	124
一、宏观经济形势展望	124
二、政策走势及其影响	126
三、国际行业走势展望	127
第二节 影视广告行业发展趋势分析	129
一、行业发展趋势分析	129
二、行业竞争格局展望	129
第三节 2024-2029年中国影视广告市场趋势分析	130
一、2019-2023年影视广告市场趋势总结	130
二、2024-2029年影视广告发展趋势分析	130
三、2024-2029年影视广告市场发展空间	131
四、2024-2029年影视广告产业政策趋向	131
第十章 未来影视广告行业发展预测	133
第一节 未来影视广告需求与市场预测	133
一、2024-2029年影视广告市场规模预测	133
二、2024-2029年影视广告行业总资产预测	134
第二节 2024-2029年中国影视广告行业供需预测	134
一、2024-2029年中国影视广告供给预测	134
二、2024-2029年中国影视广告需求预测	134
三、2024-2029年中国影视广告供需平衡预测	135
第十一章 影视广告行业投资机会与风险	136
第一节 行业投资收益率比较及分析	136

- 一、2019-2023年相关产业投资收益率比较 136
- 二、2019-2023年行业投资收益率分析 136
- 第二节 影视广告行业投资效益分析 137
 - 一、2019-2023年影视广告行业投资状况分析 137
 - 二、2024-2029年影视广告行业投资效益预测 138
 - 三、2024-2029年影视广告行业投资趋势预测 138
 - 四、2024-2029年影视广告行业的投资方向 139
 - 五、新进入者应注意的障碍因素分析 139
- 第三节 影响影视广告行业发展的主要因素 140
 - 一、2024-2029年影响影视广告行业运行的有利因素分析 140
 - 二、2024-2029年影响影视广告行业运行的稳定因素分析 140
 - 三、2024-2029年影响影视广告行业运行的不利因素分析 140
 - 四、2024-2029年我国影视广告行业发展面临的挑战分析 140
 - 五、2024-2029年我国影视广告行业发展面临的机遇分析 141
- 第四节 影视广告行业发展战略分析 141
 - 一、战略综合规划 141
 - 二、技术开发战略 143
 - 三、业务组合战略 144
 - 四、区域战略规划 146
 - 五、产业战略规划 147
 - 六、营销品牌战略 148
 - 七、竞争战略规划 149
- 第十二章 中国影视广告行业投资与前景预测 151
 - 第一节 中国影视广告行业投资风险分析 151

- 一、行业宏观经济风险 151
- 二、行业政策变动风险 155
- 三、行业市场竞争风险 156
- 四、行业其他相关风险 156
- 第二节 中国影视广告行业投资特性分析 162
 - 一、行业进入壁垒分析 162
 - 二、行业盈利因素分析 163
 - 三、行业营销模式分析 164
- 第三节 中国影视广告行业投资潜力分析 178
 - 一、行业投资机会分析 178
 - 二、中道泰和行业投资建议 178

图表目录

- 图表：2019-2023年我国国内生产总值及其增长速度 6
- 图表：2019-2023年年末人口数及其构成 10
- 图表：2019-2023年全球人口数据 18
- 图表：美国gdp同比增幅(季度) 21
- 图表：欧元区gdp同比增幅(季度) 23
- 图表：日本gdp增幅年率走势 25
- 图表：俄罗斯gdp同比增幅走势(季度) 26
- 图表：印度gdp同比走势 28
- 图表：中国外部经济综合ceem-pmi 29
- 图表：ceem大宗商品价格指数 33
- 图表：全球金融市场主要指标 35
- 图表：全球广告市场规模 39

- 图表：2009—2019中国广告经营额 51
- 图表：2019-2023年中国影视广告行业市场规模 51
- 图表：主要短视频平台 61
- 图表：不同企业影视广告需求占比 74
- 图表：消费者品牌偏好分析 75
- 图表：消费者对行业品牌的首要认知渠道 76
- 图表：广告主选择公司时最看重的因素 77
- 图表：价格敏感程度 78
- 图表：消费者对品牌重视程度 78
- 图表：中国影视广告企业规模分析 88
- 图表：中国影视广告企业类型分析 88
- 图表：中国影视广告企业性质分析 89
- 图表：2024-2029年中国影视广告行业市场规模预测 133
- 图表：2024-2029年中国影视广告行业总资产预测 134
- 图表：2019-2023年中国影视广告行业投资收益率情况 136
- 图表：2019-2023年中国影视广告行业投资规模情况 137
- 图表：2024-2029年中国影视广告行业投资收益率预测 138
- 图表：2024-2029年中国影视广告行业投资规模预测 138

把握投资 决策经营！

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费) Email : kf@51baogao.cn

本文地址 : <https://www.51baogao.cn/baogao/20200429/168021.shtml>

在线订购 : [点击这里](#)