

2011年-2015年中国植入式 广告行业“十二五”规划发展指导报告

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

《2011年-2015年中国植入式广告行业“十二五”规划发展指导报告》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/chuanmei1011/Q775043VCO.html>

【报告价格】纸介版6800元 电子版7000元 纸介+电子7200元

【出版日期】2010-11-11

【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《2011年-2015年中国植入式广告行业“十二五”规划发展指导报告》共十二章。首先介绍了中国植入式广告行业相关概述，接着分析了中国植入式广告行业全球市场发展状况，然后对中国植入式广告行业市场运行环境及运行现状进行了重点分析，最后分析了中国植入式广告行业的发展趋势及投资前景，并提出相应投资策略。您若想对中国植入式广告行业有个系统的了解，透视行业发展现状、锚定未来、战略前瞻、科学规划，寻求技术突破、产业创新、经济发展，为引领下一轮发展打下坚实的基础，本报告是您不可或缺的重要工具。

“植入式广告”(Product Placement)，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产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。“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表示，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。

第一章 植入式广告行业相关概述

第一节 植入式广告概述

- 一、植入式广告特性分析
- 二、植入式广告的主要形式
- 三、植入式广告的发展阶段

第二节 植入式广告的优劣势

- 一、植入式广告的优势
- 二、植入式广告的劣势

第三节 植入式广告的发展层次

- 一、简单植入
- 二、整合植入
- 三、焦点植入

第二章 “十一五”期间植入式广告行业全球发展状况分析

第一节 “十一五”期间植入式广告行业全球发展情况概述

第二节 “十一五”期间植入式广告行业重点地区发展状况分析

一、北美洲

二、欧洲

三、亚洲

四、其他地区

第三节 “十一五”期间植入式广告行业全球发展趋势预测

第三章 “十一五”期间中国植入式广告行业发展环境分析

第一节 国内宏观经济情况分析

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、2011年中国宏观经济发展预测分析

第二节 中国植入式广告行业政策环境分析

一、植入式广告行业监管体制分析

二、植入式广告行业相关政策分析

第四章 “十一五”期间我国植入式广告行业发展现状分析

第一节 植入式广告行业发展基本情况

一、我国植入式广告行业发展现状分析

二、我国植入式广告行业供需情况分析

三、我国植入式广告行业技术发展状况

第二节 我国植入式广告行业存在问题及发展限制分析

一、主要问题与发展受限

二、基本应对的策略

第五章 植入式广告行业“十一五”运行新形势透析

第一节 植入式广告在我国迅速发展的原因解析

一、消费者对显形广告的关注度和信任度下降

二、植入式广告使企业和媒体实现双赢

三、政府方面对显形广告播出的限制

第二节 2009-2010年中国植入式广告行业运行总况

- 一、我国植入式广告运行特点分析
- 二、我国植入式广告迎来发展契机
- 三、国内植入式广告市场持续快速发展
- 四、中国植入式广告市场发展仍不成熟

第三节 2009-2010年中国植入式广告深度剖析

- 一、由低频率向高频率转变
- 二、由单一品牌向多品牌转变
- 三、由静态向动态转变

第四节 2009-2010年制约中国植入式广告发展的因素分析

- 一、媒体与厂商信息不对称
- 二、广告植入过于生硬
- 三、植入式广告定价标准缺失
- 四、诚信缺失制约行业发展

第五节 2009-2010年促进植入式广告发展的对策建议

- 一、发展植入式广告行业的对策思路
- 二、推动植入式广告行业规范有序发展
- 三、建立植入式广告的检验和评估体系
- 四、发展中国植入式广告市场的建议

第六章 植入式广告行业“十一五”规划期间行业运行监测数据分析

第一节 2008-2010年中国植入式广告行业总体数据分析

- 一、2008年中国植入式广告行业全部企业数据分析
- 二、2009年中国植入式广告行业全部企业数据分析
- 三、2010年中国植入式广告行业全部企业数据分析

第二节 2008-2010年中国植入式广告行业不同规模企业数据分析

- 一、2008年中国植入式广告行业不同规模企业数据分析
- 二、2009年中国植入式广告行业不同规模企业数据分析
- 三、2010年中国植入式广告行业不同规模企业数据分析

第三节 2008-2010年中国植入式广告行业不同所有制企业数据分析

- 一、2008年中国植入式广告行业不同所有制企业数据分析
- 二、2009年中国植入式广告行业不同所有制企业数据分析
- 三、2010年中国植入式广告行业不同所有制企业数据分析

第七章 植入式广告行业运行分析

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 2009-2010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

第三节 2009-2010年中国电视植入式广告运行模式与经验借鉴

- 一、电视植入式广告运作模式
- 二、植入式广告与电视作品的审美冲突
- 三、植入式广告对国内电视剧市场的影响
- 四、美国电视植入式广告发展经验借鉴

第四节 2009-2010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

第五节 2009-2010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 集团企业制定“十二五”规划指导

第一节 集团企业制定“十二五”规划主要内容

- 一、“十一五”战略规划回顾和效果评估

二、“十二五”规划编制的指导思想和发展思路

三、“十二五”规划编制的基本出发点

四、“十二五”规划编制的流程

五、“十二五”规划编制的基础和方法

六、“十二五”规划编制的成果体现

七、“十二五”规划编制的内容

第二节 制订战略规划后的战略管理

一、战略规划的质询、批准与公布

二、战略规划的执行

三、战略执行效果的评估

四、战略检讨与调整

第九章 植入式广告行业“十二五”区域竞争格局研究

第一节 “十二五”植入式广告行业区域格局变化预测

第二节 植入式广告行业重点区域市场研究

一、重点区域市场发展现状

二、重点区域市场未来演变趋势

第三节 植入式广告行业“十二五”潜在兼并及重组机会预测

一、行业兼并重组趋势

二、主要企业及地区兼并重组动向预测

第十章 植入式广告行业“十二五”规划期重点企业竞争力分析

第一节 企业一

一、企业简介

二、企业财务数据分析

第二节 企业一

一、企业简介

二、企业财务数据分析

第三节 企业一

一、企业简介

二、企业财务数据分析

第四节 企业一

- 一、企业简介
- 二、企业财务数据分析
- 第五节 企业一
- 一、企业简介
- 二、企业财务数据分析

第十一章 植入式广告行业“十二五”发展预测分析

第一节 植入式广告行业“十二五”供需格局预测

一、植入式广告行业“十二五”供给形式预测分析

1、主要供给指标预测

2、影响供给重大因素

二、植入式广告行业“十二五”需求形式预测分析

1、主要需求指标预测

2、影响需求重大因素

3、需求格局构成研究

第二节 植入式广告行业“十二五”进出口形势预测

一、进口形式预测

二、出口形式预测

三、进出口影响因素分析

第三节 植入式广告行业“十二五”价格走势预测

一、主要价格指标预测

二、影响价格变化主要因素分析

第十二章 植入式广告行业“十二五”重点项目及投资机会研究

第一节 植入式广告行业“十二五”规划重大项目情况

第二节 植入式广告行业“十二五”发展趋势分析

一、技术发展预测研究

二、市场发展预测研究

第三节 植入式广告行业“十二五”投资重点分析

第四节 植入式广告行业“十二五”投资机会分析

第五节 植入式广告行业“十二五”投资策略研究

图表目录（部分）：

图表：2005-2010年上半年国内生产总值

图表：2005-2010年上半年居民消费价格涨跌幅度

图表：2010年上半年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2005-2010年上半年末国家外汇储备

图表：2005-2010年上半年财政收入

图表：2005-2010年上半年全社会固定资产投资

图表：2010年上半年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2010年上半年固定资产投资新增主要生产能力

图表：……

更多图表详见正文……

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/chuanmei1011/Q775043VCO.html>