



艾凯咨询
ICAN Consulting

2015-2020年中国影视广告市场 需求及投资前景分析报告

一、调研说明

《2015-2020年中国影视广告市场需求及投资前景分析报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/266455.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.com

联系人： 刘老师

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、摘要、目录、图表

报告目录：

文化是一个群体（可以是国家、也可以是民族、企业、家庭）在一定时期内形成的思想、理念、行为、风俗、习惯、代表人物，及由这个群体整体意识所辐射出来的一切活动。传统意义上所说的，一个人有或者没有文化，是指他所受到的教育程度。后者是狭义的解释，前者是广义的解释。

传播媒体或称"传媒"、"媒体"或"媒介"，指传播信息资讯的载体，可以是私人机构，也可以是官方机构。传播渠道有纸类（报刊、杂志）、声类（电台广播）、视频（电视、电影）还有现代的网络类（电脑视频）。分类其实有多种说法。即信息传播过程中从传播者到接受者之间携带和传递信息的一切形式的物质工具；1943年美国图书馆协会的《战后公共图书馆的准则》一书中首次使用作为术语，已成为各种传播工具的总称。

文化传媒就是传媒业其中的一个延伸领域，用现代的传播手段，通过传媒来进行文化的传播和不同文化之间的交流，这个领域杂糅了文化以及传播的相关专业知识，说得直白一点，就是通过电视看世界，但是其领域又不仅仅局限于电视，网络，甚至广播报纸，都可以成为传播媒介，总的来说她是一种边缘学科，对全球一体化有一定的促进作用，但对于一些弱势文化将带来一定的负面影响。

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。

第一部分产业环境透视

第一章 影视广告产业概述

第一节 影视广告行业研究范围定义

一、影视广告行业专业名词解释

二、影视广告行业研究范围界定

三、影视广告行业研究框架简介

四、影视广告行业分析工具介绍

第二节 影视广告行业定义与分类

一、影视广告行业的概念及定义

二、影视广告行业主要产品分类

第三节 影视广告行业产业链分析

一、影视广告行业产业链简介

二、产业链上游发展分析

三、产业链下游发展分析

四、上下游行业影响分析

第四节 影视广告优势分析

一、娱乐价值最凶猛

二、顺应网络营销大势

三、属于用户友好型广告

四、无惧微博的衰落和朋友圈的封闭

五、通杀老中青少儿

第二章 国际影视广告行业发展动向与趋势分析

第一节 美国影视广告行业发展分析

一、美国影视广告行业的现状

二、美国的影视广告行业的运营模式

三、美国影视广告行业对我国的启示

第二节 欧洲影视广告行业发展分析

一、欧洲影视广告行业的现状

二、欧洲的影视广告行业的运营模式

三、欧洲影视广告行业对我国的启示

第三节 韩国影视广告行业发展分析

一、韩国影视广告行业的现状

二、韩国的影视广告行业的运营模式

三、韩国影视广告行业对我国的启示

第四节 日本影视广告行业发展分析

一、日本影视广告行业的现状

二、日本的影视广告行业的运营模式

三、日本影视广告行业对我国的启示

第三章 我国影视广告行业的市场环境分析及影响分析（pest）

第一节 影视广告行业政治法律环境（p）

一、行业监管部门分析

二、行业监管体制分析

三、行业相关法律法规和政策

第二节 行业经济环境分析（e）

一、宏观经济形势分析

二、宏观经济环境对行业的影响分析

三、影视广告及相关行业经济形势分析

四、相关行业经济对影视广告行业的影响分析

第三节 行业社会环境分析（s）

一、影视广告行业社会环境

二、社会环境对行业的影响

第四节 行业技术环境分析（t）

一、影视广告制作技术分析

二、数字技术对影视广告的影响分析

第二部分 行业现状分析

第四章 我国影视广告行业运行现状分析

第一节 我国影视广告行业发展状况分析

一、我国影视广告行业发展阶段

二、我国影视广告行业发展总体概况

三、我国影视广告行业发展特点分析

第二节 我国影视广告行业发展现状

一、我国影视广告行业市场规模

二、我国影视广告行业发展分析

三、我国影视广告企业发展分析

第三节 我国影视广告行业经济指标分析

一、我国影视广告行业的产销能力分析

二、我国影视广告行业的盈利能力分析

三、我国影视广告行业的运营能力分析

四、我国影视广告行业的偿债能力分析

五、我国影视广告行业的发展能力分析

第四节 我国影视广告进出口分析

一、我国影视广告进口分析

- 二、我国影视广告出口分析
- 三、我国进出口总体情况分析

第五章 2013-2015年我国影视广告市场供需形势分析

第一节 2013-2015年影视广告行业供给分析

- 一、影视广告行业供给方分析
- 二、影视广告行业发行数量分析
- 三、影视广告行业发行题材比重分析

第二节 2013-2015年影视广告行业需求分析

- 一、影视广告行业需求方分析
- 二、不同类型影视广告需求的比重分析

第三节 2013-2015年影视广告行业供需平衡分析

- 一、影视广告供给方和需求方的关系
- 二、影视广告行业供需平衡分析

第三部分 行业竞争格局

第六章 2013-2015年影视广告行业竞争形势

第一节 行业总体市场竞争状况分析

- 一、影视广告行业竞争结构分析
- 二、影视广告行业集中度分析
- 三、影视广告行业SWOT分析

第二节 影视广告行业竞争五力分析

- 一、影视广告行业现有竞争者分析
- 二、影视广告行业新进入者分析
- 三、影视广告行业替代品威胁
- 四、影视广告行业上游议价能力
- 五、影视广告行业下游议价能力

第三节 2013-2015年影视广告行业竞争格局分析

- 一、2013-2015年国内外影视广告竞争分析
- 二、2013-2015年我国影视广告市场竞争分析
- 三、2013-2015年我国影视广告市场集中度分析
- 四、2013-2015年国内主要影视广告企业动向

第七章 2013-2015年影视广告行业竞争格局分析

第一节 不同类型影视广告竞争格局

一、投影广告竞争分析

二、现场广告竞争分析

三、网络广告竞争分析

四、电视广告竞争分析

第二节 我国不同区域影视广告竞争格局

一、东北影视广告竞争格局分析

二、华东影视广告竞争格局分析

三、华南影视广告竞争格局分析

四、西南影视广告竞争格局分析

五、华北影视广告竞争格局分析

六、华中影视广告竞争格局分析

七、西北影视广告竞争格局分析

第八章 影视广告行业竞争策略分析

第一节 影视广告行业市场竞争策略分析

一、2015年影视广告市场增长潜力分析

二、2015年影视广告主要潜力项目分析

三、现有影视广告竞争策略分析

四、影视广告潜力项目竞争策略选择

五、典型企业项目竞争策略分析

第二节 影视广告企业竞争策略分析

一、2015-2020年我国影视广告市场竞争趋势

二、2015-2020年影视广告行业竞争格局展望

三、2015-2020年影视广告行业竞争策略分析

四、2015-2020年影视广告企业竞争策略分析

第九章 2013-2015年我国影视广告重点企业分析

第一节 汉狮影视广告有限公司

一、企业简介

二、企业竞争力分析

三、企业经营情况分析

四、企业发展战略分析

第二节 DMG娱乐传媒集团

一、企业简介

二、企业竞争力分析

三、企业经营情况分析

四、企业发展战略分析

第三节 梅高广告公司

一、企业简介

二、企业竞争力分析

三、企业经营情况分析

四、企业发展战略分析

第四节 观池影视

一、企业简介

二、企业竞争力分析

三、企业经营情况分析

四、企业发展战略分析

第五节 中美影联文化传播公司

一、企业简介

二、企业竞争力分析

三、企业经营情况分析

四、企业发展战略分析

第六节 太平盛世影视广告公司

一、企业简介

二、企业竞争力分析

三、企业经营情况分析

四、企业发展战略分析

第七节 叶茂中营销策划机构

一、企业简介

二、企业竞争力分析

三、企业经营情况分析

四、企业发展战略分析

第八节 贞观国际影片制作公司

一、企业简介

二、企业竞争力分析

三、企业经营情况分析

四、企业发展战略分析

第四部分 行业前景预测及投资策略

第十章 2015-2020年影视广告行业前景及趋势预测

第一节 2015-2020年影视广告市场发展前景

一、影视广告行业市场规模预测

二、影视广告行业产品结构预测

三、影视广告行业企业数量预测

第二节 2015-2020年我国影视广告行业供需预测

一、2015-2020年我国影视广告行业供给预测

二、2015-2020年我国影视广告行业需求预测

三、2015-2020年我国影视广告行业供需平衡预测

第十一章 2015-2020年影视广告行业投资价值评估

第一节 我国影视广告行业投资现状分析

一、影视广告行业投资现状

二、影视广告行业投资形势

三、影视广告行业投资机遇

四、影视广告行业投资风险

第二节 影视广告行业投资特性分析

一、影视广告行业进入壁垒分析

二、影视广告行业盈利因素分析

三、影视广告行业盈利模式分析

第三节 2015-2020年影视广告行业发展的影响因素

一、有利因素

二、不利因素

第四节 2015-2020年影视广告行业投资价值评估分析

第十二章 三胜咨询研究结论及投资建议

第一节 影视广告行业研究结论及建议

第二节 影视广告子行业研究结论及建议

第三节 影视广告行业投资建议

一、行业发展策略建议

二、行业投资方向建议

三、行业投资方式建议

图表目录:

图表：影视广告的分类

图表：美国影视广告制作量

图表：欧洲影视广告制作量

图表：韩国影视广告制作量

图表：日本影视广告制作量

图表：2013-2015年我国影视广告行业市场规模

图表：2013-2015年我国影视广告行业的发行数量

图表：2013-2015年我国影视广告行业的营运能力

图表：2013-2015年我国影视广告出口种数

图表：2013-2015年我国影视广告出口数量

图表：2013-2015年我国影视广告出口金额

图表：2013-2015年我国影视广告进口种数

图表：2013-2015年我国影视广告进口数量

图表：2013-2015年我国影视广告进口金额

图表：2013-2015年我国影视广告行业供应数量

图表：2013-2015年我国影视广告行业需求数量

图表：2015-2020年我国影视广告行业市场规模预测

图表：2015-2020年我国影视广告行业市场结构预测

图表：2015-2020年我国影视广告行业盈利情况预测

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/266455.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业提供专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。