

2022-2028年中国电视综艺 广告行业分析与市场运营趋势报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2022-2028年中国电视综艺广告行业分析与市场运营趋势报告》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.cction.com/report/202202/268741.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

尽管2019年上半年电视综艺节目广告市场增速明显放缓，但仍有同比上涨1.25%，环比上涨5.07%的成绩，但其中的贡献量愈加向Top5卫视集中，而且还有进一步增加的趋势。数据显示湖南卫视、浙江卫视、江苏卫视、东方卫视、北京卫视这五大卫视综艺广告市场占据了电视综艺广告市场的67.2%。随着台、网关系从明显竞争状态转向竞合，如今综艺节目广告市场中，媒体的“泛化”愈发清晰，电视输出网络，网络反输电视都开始成为一种“常态”。其中，东方卫视的动作最为明显，比如它联袂腾讯视频推出“忘不了餐厅”，与芒果TV一同播出“我最爱的女人们”，以及与哔哩哔哩合作打造“本草中华2”等。再如，作为基于移动端的视频媒体的西瓜视频，也联合江苏卫视，推出“大叔小馆”。“忘不了餐厅”东方卫视版本植入权益

品牌	广告形式	频次	时长	农夫山泉	冠名	324	979	麦富迪	特约	209	752	白云山
指定产品	11	11	林内	指定产品	11	14	汤臣倍健	指定产品	8	8	“忘不了餐厅”	腾讯视频版本植入权益
品牌	广告形式	频次	时长	农夫山泉	冠名	680	2316	麦富迪	联合行赞	184	496	奥克斯
行业赞助	11	72	中企顾问网发布的《2022-2028年中国电视综艺广告行业分析与市场运营趋势报告》共十二章。首先介绍了中国电视综艺广告行业市场发展环境、电视综艺广告整体运行态势等，接着分析了中国电视综艺广告行业市场运行的现状，然后介绍了电视综艺广告市场竞争格局。随后，报告对电视综艺广告做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国电视综艺广告行业发展趋势与投资预测。您若想对电视综艺广告产业有个系统的了解或者想投资中国电视综艺广告行业，本报告是您不可或缺的重要工具。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。报告目录：第1章 电视综艺广告行业发展综述1.1 电视综艺广告行业定义及分类1.1.1 行业定义1.1.2 行业产品/服务分类1.1.3 行业主要商业模式1.2 电视综艺广告行业特征分析1.2.1 产业链分析1.2.2 电视综艺广告行业在产业链中的地位1.3 电视综艺广告行业政治法律环境分析1.3.1 行业管理体制分析1.3.2 行业主要法律法规1.3.3 行业相关发展规划1.4 电视综艺广告行业经济环境分析1.4.1 国际宏观经济形势分析1.4.2 国内宏观经济形势分析1.4.3 产业宏观经济环境分析1.5 电视综艺广告行业技术环境分析1.5.1 电视综艺广告技术发展水平1.5.2 行业主要技术现状及发展趋势 第2章 国际电视综艺广告行业发展经验借鉴和典型企业运营情况分析2.1 国际电视综艺广告行业发展总体状况2.1.1 国际电视综艺广告行业发展规模分析2.1.2 国际电视综艺广告行业市场结构分析2.1.3 国际电视综艺广告行业竞争格局分析2.1.4 国际电视综艺广告行									

业市场容量预测2.2 国外主要电视综艺广告市场发展状况分析2.2.1 欧盟电视综艺广告行业发展状况分析2.2.2 美国电视综艺广告行业发展状况分析2.2.3 日本电视综艺广告行业发展状况分析2.3 国际电视综艺广告企业运营状况分析 第3章 我国电视综艺广告所属行业发展现状3.1 我国电视综艺广告所属行业发展现状2018-2019年中国综艺节目植入品牌及产品2018-2019年中国电视&网络视频综艺节目广告品牌分析3.1.1 电视综艺广告行业品牌发展现状3.1.2 电视综艺广告行业消费市场现状3.1.3 电视综艺广告市场需求层次分析3.1.4我国电视综艺广告市场走向分析3.2 我国电视综艺广告行业发展状况3.2.1 2019年中国电视综艺广告所属行业发展回顾3.2.2 2019年电视综艺广告行业发展情况分析3.2.3 2019年我国电视综艺广告市场特点分析3.2.4 2019年我国电视综艺广告市场发展分析3.3 中国电视综艺广告所属行业供需分析3.3.1 2019年中国电视综艺广告市场供给总量分析3.3.2 2019年中国电视综艺广告市场供给结构分析3.3.3 2019年中国电视综艺广告市场需求总量分析3.3.4 2019年中国电视综艺广告市场需求结构分析3.3.5 2019年中国电视综艺广告市场供需平衡分析 第4章 中国电视综艺广告所属行业经济运行分析4.1 2015-2019年电视综艺广告所属行业运行情况4.1.1 2019年电视综艺广告所属行业经济指标分析4.1.2 2019年电视综艺广告所属行业经济指标分析4.2 2019年电视综艺广告所属行业进出口分析4.2.1 2015-2019年电视综艺广告所属行业进口总量及价格4.2.2 2015-2019年电视综艺广告所属行业出口总量及价格4.2.3 2015-2019年电视综艺广告所属行业进出口数据统计4.2.4 2022-2028年电视综艺广告所属进出口态势展望 第5章 我国电视综艺广告所属行业整体运行指标分析5.1 2015-2019年中国电视综艺广告所属行业总体规模分析5.1.1 企业数量结构分析5.1.2 人员规模状况分析5.1.3 所属行业资产规模分析5.1.4 所属行业市场规模分析5.2 2015-2019年中国电视综艺广告所属行业运营情况分析5.2.1 我国电视综艺广告所属行业营收分析5.2.2 我国电视综艺广告所属行业成本分析5.2.3 我国电视综艺广告所属行业利润分析5.3 2015-2019年中国电视综艺广告所属行业财务指标总体分析5.3.1 所属行业盈利能力分析5.3.2 所属行业偿债能力分析5.3.3 所属行业营运能力分析5.3.4 所属行业发展能力分析 第6章 我国电视综艺广告行业竞争形势及策略6.1 行业总体市场竞争状况分析6.1.1 电视综艺广告行业竞争结构分析（1）现有企业间竞争（2）潜在进入者分析（3）替代品威胁分析（4）供应商议价能力（5）客户议价能力（6）竞争结构特点总结6.1.2 电视综艺广告行业企业间竞争格局分析6.1.3 电视综艺广告行业集中度分析6.2 中国电视综艺广告行业竞争格局综述6.2.1 电视综艺广告行业竞争概况（1）中国电视综艺广告行业竞争格局（2）电视综艺广告行业未来竞争格局和特点（3）电视综艺广告市场进入及竞争对手分析6.2.2 中国电视综艺广告行业竞争力分析（1）我国电视综艺广告行业竞争力剖析（2）我国电视综艺广告企业市场竞争的优势（3）国内电视综艺广告企业竞争能力提升途径6.2.3 电视综艺广告市场竞争策略分析 第7章 中国电视综艺广告行业区域市场调研7.1 华北地区电视综艺广告行业调研7.1.1 2015-2019年行业发展现状分析7.1.2 2015-2019年市场规模情况

分析7.1.3 2022-2028年市场需求情况分析7.1.4 2022-2028年行业趋势预测分析7.2 东北地区电视综艺广告行业调研7.2.1 2015-2019年行业发展现状分析7.2.2 2015-2019年市场规模情况分析7.2.3 2022-2028年市场需求情况分析7.2.4 2022-2028年行业趋势预测分析7.3 华东地区电视综艺广告行业调研7.3.1 2015-2019年行业发展现状分析7.3.2 2015-2019年市场规模情况分析7.3.3 2022-2028年市场需求情况分析7.3.4 2022-2028年行业趋势预测分析7.4 华南地区电视综艺广告行业调研7.4.1 2015-2019年行业发展现状分析7.4.2 2015-2019年市场规模情况分析7.4.3 2022-2028年市场需求情况分析7.4.4 2022-2028年行业趋势预测分析7.5 华中地区电视综艺广告行业调研7.5.1 2015-2019年行业发展现状分析7.5.2 2015-2019年市场规模情况分析7.5.3 2022-2028年市场需求情况分析7.5.4 2022-2028年行业趋势预测分析7.6 西南地区电视综艺广告行业调研7.6.1 2015-2019年行业发展现状分析7.6.2 2015-2019年市场规模情况分析7.6.3 2022-2028年市场需求情况分析7.6.4 2022-2028年行业趋势预测分析7.7 西北地区电视综艺广告行业调研7.7.1 2015-2019年行业发展现状分析7.7.2 2015-2019年市场规模情况分析7.7.3 2022-2028年市场需求情况分析7.7.4 2022-2028年行业趋势预测分析 第8章 我国电视综艺广告行业产业链分析8.1 电视综艺广告行业产业链分析8.1.1 产业链结构分析8.1.2 主要环节的增值空间8.1.3 与上下游行业之间的关联性8.2 电视综艺广告上游行业分析8.2.1 电视综艺广告产品成本构成8.2.2 2015-2019年上游行业发展现状8.3 电视综艺广告下游行业分析8.3.1 电视综艺广告下游行业分布8.3.2 2015-2019年下游行业发展现状8.3.3 2022-2028年下游行业发展趋势8.3.4 下游需求对电视综艺广告行业的影响 第9章 电视综艺广告重点企业发展分析9.1 重点企业一9.1.1 企业概况9.1.2 企业经营状况9.1.3 企业盈利能力9.1.4 企业市场战略9.2 重点企业二9.2.1 企业概况9.2.2 企业经营状况9.2.3 企业盈利能力9.2.4 企业市场战略9.3 重点企业三9.3.1 企业概况9.3.2 企业经营状况9.3.3 企业盈利能力9.3.4 企业市场战略9.4 重点企业四9.4.1 企业概况9.4.2 企业经营状况9.4.3 企业盈利能力9.4.4 企业市场战略9.5 重点企业五9.5.1 企业概况9.5.2 企业经营状况9.5.3 企业盈利能力9.5.4 企业市场战略9.6 重点企业六9.6.1 企业概况9.6.2 企业经营状况9.6.3 企业盈利能力9.6.4 企业市场战略9.7 重点企业七9.7.1 企业概况9.7.2 企业经营状况9.7.3 企业盈利能力9.7.4 企业市场战略9.8 重点企业八9.8.1 企业概况9.8.2 企业经营状况9.8.3 企业盈利能力9.8.4 企业市场战略9.9 重点企业九9.9.1 企业概况9.9.2 企业经营状况9.9.3 企业盈利能力9.9.4 企业市场战略9.10 重点企业十9.10.1 企业概况9.10.2 企业经营状况9.10.3 企业盈利能力9.10.4 企业市场战略 第10章 电视综艺广告行业投资与趋势预测分析10.1 2019年电视综艺广告行业投资情况分析10.1.1 2019年总体投资结构10.1.2 2019年投资规模情况10.1.3 2019年投资增速情况10.1.4 2019年分行业投资分析10.2 电视综艺广告行业投资机会分析10.2.1 电视综艺广告投资项目分析10.2.2 2019年电视综艺广告投资新方向10.3 2022-2028年电视综艺广告行业投资建议11.3.1 2019年电视综艺广告行业投资前景研究11.3.2 2022-2028年电视综艺广告行业投资前景研究 第11章 电视综艺广告行业发展预测分析11.1 2022-2028年中国电

视综艺广告市场预测分析11.1.1 2022-2028年我国电视综艺广告发展规模预测11.1.2 2022-2028年
电视综艺广告产品价格预测分析11.2 2022-2028年中国电视综艺广告行业供需预测11.2.1
2022-2028年中国电视综艺广告供给预测11.2.2 2022-2028年中国电视综艺广告需求预测11.3
2022-2028年中国电视综艺广告市场趋势分析 第.12章 电视综艺广告企业管理策略建议()
12.1 提高电视综艺广告企业竞争力的策略12.1.1提高中国电视综艺广告企业核心竞争力的对策12.1.2
电视综艺广告企业提升竞争力的主要方向12.1.3 影响电视综艺广告企业核心竞争力的因素及提
升途径12.1.4 提高电视综艺广告企业竞争力的策略12.2 对我国电视综艺广告品牌的战略思
考12.2.1 电视综艺广告实施品牌战略的意义12.2.2 电视综艺广告企业品牌的现状分析12.2.3 我国
电视综艺广告企业的品牌战略12.2.4 电视综艺广告品牌战略管理的策略 ()

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202202/268741.html>