

# 中国媒体广告行业深度调研及盈利战略分析报告(2015-2020)

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《中国媒体广告行业深度调研及盈利战略分析报告(2015-2020)》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/guanggaochuanmei/200956200956.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

媒体广告就是在媒体上做的广告。其中，网络广告是媒体广告中的生力军。网站广告利用网站上的广告横幅、文本链接、多媒体的方法，在互联网刊登或发布广告，通过网络传递到互联网用户的一种高科技广告运作方式。网络广告（第五广告）与传统的四大传播媒体（报纸、杂志、电视、广播）广告曾经备受垂青的户外广告相比，网络广告具有得天独厚的优势，是实施现代营销媒体战略的重要一部分。Internet是一个全新的广告媒体，传播速度最快效果很理想，是中小企业扩展壮大的很好途径，对于广泛开展国际业务的公司更是如此。网络广告的市场正在以惊人的速度增长，网络广告发挥的效用越来越显得重要。以致广告界甚至认为互联网络将超越路牌，成为传统四大媒体（电视、广播、报纸、杂志）之后的第五大媒体。因而众多国际级的广告公司都成立了专门的“网络媒体分部”，以开拓网络广告的巨大市场。

中国报告网发布的《中国媒体广告行业深度调研及盈利战略分析报告(2015-2020)》内容严谨、数据翔实，更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资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：

### 第一章媒体广告行业概况

#### 第一节广告的分类

#### 第二节行业市场现状分析

##### 一、广告市场现状

##### 二、中国广告业发展概况

###### （一）恢复和发展时期

###### （二）高速发展时期

###### （三）稳定发展阶段

### 第二章媒体广告行业投资特性分析

#### 第一节媒体广告行业投资特性

##### 一、中国媒体广告经营的生态环境

- (一) 媒体广告经营的生态链
- (二) 两个市场、两类消费者
- (三) 媒体广告经营的宏观环境

## 二、广告理念

### 第二节行业相关政策分析

- 一、我国广告代理制的特点
- 二、烟草广告的相关政策

## 第三章媒体广告行业产品分析

### 第一节媒体广告产品现状

- 一、中国广告业产品概况
- 二、广告经营生态环境研究

### 第二节媒体广告经营存在的问题

- 一、广告价格混乱
- 二、媒体与广告公司间的矛盾
- 三、监测数据不可信
- 四、服务上的缺陷

## 第四章媒体广告行业市场竞争格局

### 第一节报刊广告市场

#### 一、全国报刊广告形势分析

- (一) 2013年报刊广告总量
- (二) 报纸与杂志的位置“此消彼长”
- (三) 报纸的局势：“几家欢喜几家愁”
- (四) 广告行业分布是广告政策与行业发展共同作用的产物

#### 二、报刊分类广告情况

- (一) 时尚类杂志广告情况
- (二) 财经类报纸广告情况
- (三) 社会新闻类报纸广告情况
- (四) 计算机类杂志广告情况
- (五)、平面广告投放情况
- (六)、药品报刊广告

#### 三、房地产行业广告投放情况

#### 四、机动车行业广告投放情况

#### 五、通讯行业投放广告情况

#### 六、医疗机构行业投放广告情况

#### 七、家电行业投放广告情况

## 第二节电视广告市场

### 第三节广播广告市场

#### 一、广播广告的特性

#### 二、广播传播公司的作用

#### 三、广播广告的艺术性

#### 四、广播广告之间的竞争

#### (一)广播广告的新发展

#### 五、广播广告发展中的问题

#### 六、广播发展的影响因素

### 第四节户外广告市场

### 第五节网络广告

## 第五章行业著名品牌企业介绍

### 第一节广东省广告公司

#### 一、公司简介

#### 二、品牌优势

#### 三、专有的代理权限

### 第二节中国广告联合总公司

#### 一、公司简介

#### 二、服务中心

### 第三节中视彩虹广告

#### 一、公司简介

#### 二、公司业务范围

#### 三、公司合作伙伴

### 第四节广州市星际艺术传播有限公司

#### 一、公司简介

#### 二、服务群

### 第五节CCTV广告

#### 一、网络广告形式

#### 二、推荐频道

#### 三、CCTV.COM优势

### 第六节歌华有线

#### 一、企业简介

#### 二、企业发展历程

#### 三、公司经营状况

#### 四、主要供应商情况

## 五、公司资产负债情况

## 六、公司主要财务费用情况

### 第七节东方明珠

#### 一、企业简介

#### 二、下属公司

#### 三、公司经营状况

### 第八节广东九州阳光传媒股份有限公司

#### 一、企业简介

#### 二、经营状况

### 第九节中国经营报

#### 一、中国经营报简介

#### 二、广告结构

#### 三、广告价格表

#### 四、经营状况

### 第十节经济观察报

#### 一、经济观察报特点

#### 二、目标读者

#### 三、广告价格表

#### 四、广告营业额状况

## 第六章2015-2020年行业发展预测

### 第一节媒体广告行业发展趋势预测

#### 一、中国将成为全球第二大广告市场

#### 二、亚洲网络广告收益预测

#### 三、户外广告十大新趋势

### 第二节WTO对广告市场的影响

## 第七章2015-2020年媒体广告行业投资战略研究

### 第一节媒体广告行业发展战略研究

#### 一、战略综合规划

#### 二、业务组合战略

#### 三、区域战略规划

#### 四、产业战略规划

#### 五、营销品牌战略

#### 六、竞争战略规划

### 第二节对媒体广告品牌的战略思考

#### 一、企业品牌的重要性

二、媒体广告实施品牌战略的意义

三、媒体广告企业品牌的现状分析

四、媒体广告企业的品牌战略

五、媒体广告品牌战略管理的策略

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，并有助于降低企事业单位投资风险。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/guanggaochuanmei/200956200956.html>