

中国报刊广告行业深度调查及未来五年盈利空间 评估报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《中国报刊广告行业深度调查及未来五年盈利空间评估报告》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/guanggao/203989203989.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

中国报告网发布的《中国报刊广告行业深度调查及未来五年盈利空间评估报告》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。

第一章 报刊广告行业运行情况

第一节 报刊广告行业运行情况

一、行业运行分析

二、行业生产规模分析

三、占GDP的比重

四、分布情况

第二节 报刊广告行业供给分析

一、需求变化因素

二、市场投放情况

三、市场变化因素

四、政策变动因素

五、供给预测

第三节 报刊广告行业需求分析

一、下游行业的发展

二、产品价格因素

三、产品替代因素

(一)网络广告的主要形式

1、网幅广告(包含Banner、Button、通栏、竖边、巨幅等)

2、文本链接广告

3、电子邮件广告

4、赞助

5、与内容相结合的广告

6、插播式广告(弹出式广告)

7、Rich Media

8、其它新型广告

9、来电付费广告

(二)网络广告未来发展趋势

四、关联行业发展因素

(一)房地产

(二)汽车制造行业

第二章 报刊广告行业运行环境分析

第一节 国内宏观经济形势分析

一、国民生产总值

二、工业生产与效益

三、固定资产投资

四、对外贸易与利用外资

六、消费与物价

第二节 国内宏观调控政策分析

第三节 国内报刊广告行业政策分析

一、行业具体政策

二、政策特点与影响

第三章 报刊广告行业上游分析

第一节 报纸

一、市场需求规模

(一)理性化

(二)多样化

(三)娱乐化

(四)随意化

(五)方便化

(六)本地化

二、北京日报报业集团

第二节 杂志

一、市场需求规模

(一)网络时代信息消费方式的诸种变化

(二)杂志应是思想源而不仅仅是信息源

(三)提供经过“调制”的产品以获得预期结论

二、中国妇女杂志社

第三节 广告

一、市场需求规模

二、海润国际广告传播机构

第四章 报刊广告行业下游分析

第一节 报刊亭

一、市场需求规模

二、北京首邮报刊亭有限责任公司

第二节 网络销售

一、市场需求规模

二、淘宝网

第五章 国内报刊广告行业整体运行状况

第一节 报刊广告行业产销分析

第二节 报纸广告行业盈利能力分析

第三节 报纸广告行业偿债能力分析

第四节 报纸广告行业营运能力分析

第五节 杂志广告行业盈利能力分析

第六节 杂志广告行业偿债能力分析

第七节 杂志广告行业营运能力分析

第六章 报刊广告行业价格分析

第七章 报刊广告市场环境分析

第一节 消费者分析

第二节 竞争者分析

第八章 报刊广告市场营销策略

第一节 品牌策略

第二节 形象策略

第三节 产品策略

第四节 定价策略

一 以市场为导向的广告定价策略

二 以需求为导向的广告定价策略

三 以本利为导向的广告定价策略

第五节 促销策略

第九章 报刊广告行业国际市场运行分析

第一节 国际市场概述

第二节 报刊广告行业主要国家分析

第十章 报刊广告行业重点企业分析

第一节 上海广告有限公司

一、企业发展概况

二、公司财务分析

(一)企业偿债能力分析

1、资产负债率

2、产权比率

3、已获利息倍数

(二)企业运营能力分析

1、固定资产周转次数

2、流动资产周转次数

3、总资产周转次数

(三)企业盈利能力分析

1、销售净利率

2、销售毛利率

3、资产净利率

三、公司经营状况

四、发展规划及前景展望

第二节 合力昌荣传播机构

一、企业发展概况

二、公司财务分析

(一)企业偿债能力分析

1、资产负债率

2、产权比率

3、已获利息倍数

(二)企业运营能力分析

1、固定资产周转次数

2、流动资产周转次数

3、总资产周转次数

(三)企业盈利能力分析

1、销售净利率

2、销售毛利率

3、资产净利率

三、公司经营状况

四、发展规划及前景展望

第三节 三人行广告有限公司

一、企业发展概况

二、公司财务分析

(一)企业偿债能力分析

1、资产负债率

2、产权比率

3、已获利息倍数

(二)企业运营能力分析

1、固定资产周转次数

2、流动资产周转次数

3、总资产周转次数

(三)企业盈利能力分析

1、销售净利率

2、销售毛利率

3、资产净利率

三、公司经营状况

四、发展规划及前景展望

第四节 京维传凯普广告传播有限公司

一、企业发展概况

二、公司财务分析

(一)企业偿债能力分析

1、资产负债率

2、产权比率

3、已获利息倍数

(二)企业运营能力分析

1、固定资产周转次数

2、流动资产周转次数

3、总资产周转次数

(三)企业盈利能力分析

1、销售净利率

2、销售毛利率

3、资产净利率

三、公司经营状况

四、发展规划及前景展望

第五节 北京国安广告公司

一、企业发展概况

二、公司财务分析

(一)企业偿债能力分析

- 1、资产负债率
- 2、产权比率
- 3、已获利息倍数

(二)企业运营能力分析

- 1、固定资产周转次数
- 2、流动资产周转次数
- 3、总资产周转次数

(三)企业盈利能力分析

- 1、销售净利率
- 2、销售毛利率
- 3、资产净利率

三、公司经营状况

四、发展规划及前景展望

第六节 北京泛亚宏智广告有限公司

一、企业发展概况

二、公司财务分析

(一)企业偿债能力分析

- 1、资产负债率
- 2、产权比率
- 3、已获利息倍数

(二)企业运营能力分析

- 1、固定资产周转次数
- 2、流动资产周转次数
- 3、总资产周转次数

(三)企业盈利能力分析

- 1、销售净利率
- 2、销售毛利率
- 3、资产净利率

三、公司经营状况

四、发展规划及前景展望

第七节 海润新时代广告有限公司

一、企业发展概况

二、公司财务分析

(一)企业偿债能力分析

- 1、资产负债率
- 2、产权比率
- 3、已获利息倍数

(二)企业运营能力分析

- 1、固定资产周转次数
- 2、流动资产周转次数
- 3、总资产周转次数

(三)企业盈利能力分析

- 1、销售净利率
- 2、销售毛利率
- 3、资产净利率

三、公司经营状况

四、发展规划及前景展望

第八节 金鹏国际广告公司

一、企业发展概况

二、公司财务分析

(一)企业偿债能力分析

- 1、资产负债率
- 2、产权比率
- 3、已获利息倍数

(二)企业运营能力分析

- 1、固定资产周转次数
- 2、流动资产周转次数
- 3、总资产周转次数

(三)企业盈利能力分析

- 1、销售净利率
 - 2、资产净利率
- ### 三、公司经营状况

四、发展规划及前景展望

第十一章 报刊广告行业内部风险分析

第一节 市场竞争风险分析

第二节 技术水平风险分析

第三节 企业竞争风险分析

第四节 企业政策风险分析

第十二章 报刊广告行业外部风险分析

第一节 宏观经济环境风险分析

第二节 行业政策环境风险分析

第三节 关联行业风险分析

一、网络广告的覆盖率低

二、效果评估困难

三、供选择的广告位有限

四、创意的局限性

五、调研数据的匮乏

第十三章 SWOT分析

第一节 优势分析

第二节 劣势分析

第三节 机会分析

第四节 威胁分析

第十四章 行业发展趋势预测

第一节 国内市场预测

一、销售额预测

二、印刷印量预测

三、增长速度预测

第二节 三大传统媒介广告市场预测

图表详见正文•••••

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/guanggao/203989203989.html>