

2018年中国媒体广告市场分析报告- 行业深度调研与投资前景研究

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《2018年中国媒体广告市场分析报告-行业深度调研与投资前景研究》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：<https://baogao.chinabaogao.com/guanggaochuanmei/370705370705.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: sales@chinabaogao.com

联系人：客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，页面图表可能存在缺失；格式美观性可能有欠缺，实际报告排版规则、美观；可联系客服索取更完整的目录大纲。

二、报告目录及图表目录

随着我国经济的不断发展、人们生活水平的不断提高，人们的消费观念和消费水平也有了很大的转变与提升。在这个契机下，媒体广告行业也得到了快速发展，2016年我国媒体广告行业的市场规模达到**亿元，2017年市场规模为**亿元，同比增长了**%，从这两年的市场规模发展来看，媒体广告行业正处于快速发展之中，预计2018年将保持**的增速，达到**亿元。

2012-2017年行业市场规模情况

资料来源：观研天下数据中心整理（具体数据详见报告正文）

从媒体广告行业企业区域分布情况来看，媒体广告行业内企业区域格局明显，其中华东地区占比**%，华南地区占比**%，华中地区占比**%，华北地区占比**%，西部地区占比**%，东北地区占比**%。

2017年我国行业企业区域格局

资料来源：观研天下数据中心整理（具体数据详见报告正文）

观研天下发布的《2018年中国媒体广告市场分析报告-行业深度调研与投资前景研究》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、市场前景、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。

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。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分

析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

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

报刊广告市场

一、全国报刊广告形势分析

- (一) 2018年报刊广告总量颓势持续
- (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
 - 一 2018年药品报刊广告情况
 - 二 2018年药品报刊广告情况

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

一、电视广告的特点

二、2018年电视广告市场综述

三、2018年十大受欢迎电视广告

四、楼宇电视广告市场竞争格局

第三节 广播广告市场

一、广播广告的特性

- (一) 交流感与意境性
- (二) 流动感兼作性
- (三) 无限性与全面性
- (四) 低投入高回报

二、广播传播公司的作用

- (一) 传播公司与产品品牌
- (二) 广播传播的特殊性

(三) 专业广播的飞跃

(四) 定向移动传播

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

(二) 北京广播电台

(三) 广播电台的独特性

(四) 竞争的焦点

五、广播广告发展中的问题

(一) 广播广告存在的问题

(二) 应对措施

六、广播发展的影响因素

(一) 影响因素概况

(二) 互联网技术对广播业的影响

(三) dab技术对广播业的影响

(四) 计算机网络技术对电台整体运作模式的影响

第四节 户外广告市场

一、2018年户外广告概况

二、户外广告十大新趋势

三、户外广告异军突起

四、户外广告调查报告

第五节 网络广告

一、网络广告现状

二、网络广告的优势

(一) 网络广告的特点

(二) 网络广告的优势

三、网络媒体发展现状

(一) 2018年中国网络媒体发展现状

(二) 2018年网络媒体发展现状

(三) 2018年网络媒体发展现状

第六节 无线广告

一、无线广告介绍

二、无线广告市场发展状况

第七节 国际市场分析

一、国际广告市场分析

二、全球广告业走向

三、俄罗斯广告市场现状

四、美国广告市场现状

第五章 行业著名品牌企业介绍

第一节 广东省广告公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第二节 中国广告联合总公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第三节 中视彩虹广告

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第四节 广州市星际艺术传播有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第五节 cctv广告

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第六节 歌华有线

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第七节 东方明珠

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第八节 广东九州阳光传媒股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第九节 中国经营报

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第十节 经济观察报

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第六章 行业发展预测

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

一、加入wto给广告业带来的商机

二、加入wto可能对广告产生的冲击

三、发展对策

图表目录：

图表：2018年报刊广告及经济的增长率情况

图表：2016-2018年报纸与杂志广告刊登额

图表：2016-2018年各类报纸广告刊登额

图表：2016-2018年各类杂志广告刊登额

图表：2018年时尚类杂志广告情况

图表：2018年时尚类杂志广告情况

图表：2018年时尚类杂志广告状况

图表：2016-2018年时尚类杂志广告状况

图表：2018年时尚类杂志广告状况
图表：2018年财经类报纸广告行业分布情况
图表：2018年财经类报纸广告行业分布
图表：2016-2018年财经类报纸广告行业分布
图表：2016-2018年财经类杂志广告状况
图表：2018年it类杂志广告情况
图表：2018年it类杂志广告情况
图表：2016-2018年it类杂志广告状况
图表：2018年主要行业在报刊的广告刊登情况
图表：2016-2018年平面媒体广告总量及累计对比
图表：2016-2018年平面媒体广告版数总量及累计对比
图表：2016-2018年平面媒体广告总量报纸区域分布
图表：2018年平面媒体广告总量报纸区域分布
图表：2018年平面媒体广告总量城市分布
图表：2018年平面媒体广告总量城市分布情况
图表：2016-2018年肝病用药报刊广告投放额走势
图表：2011、2018年肝病用药报刊广告投放城市对比
图表：2016-2018年机动车行业主要媒体分布
图表：2016-2018年机动车行业主要产品广告投放
图表：2016-2018年机动车行业主要品牌报刊广告投放费用
图表：2016-2018年中国通讯服务行业网络广告投放对比
图表：2016-2018年中国医疗服务行业网络广告投放对比
图表：2018年全国医疗平面媒体广告投放排行榜
图表：2017电视媒体广告投放情况
图表：2016-2018年内容类型户外广告面积比重
图表：2018年户外广告花费top10形式

图表详见正文 (GYZQPT)

详细请访问：<https://baogao.chinabaogao.com/guanggaochuanmei/370705370705.html>