

中国广告行业深度调研与发展前景预测报告（2012-2016）

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《中国广告行业深度调研与发展前景预测报告（2012-2016）》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/141448141448.html>

报告价格：电子版: 7000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

国家工商总局近日发布《广告产业发展“十二五”规划》，提出“十二五”时期，我国将大力发展广告业，提高广告业的集约化、专业化、国际化水平。《规划》特别强调，在规模与结构质量协调发展的同时，要进一步提升广告产业的经济社会贡献度，使广告业服务于国家重大经济社会、文化发展战略的能力大幅提高，拉动消费、提振内需、促进相关行业发展的作用明显增强，传播社会主义先进文化的作用进一步彰显，提升国家软实力的作用得到充分发挥。

中国报告网发布的《中国广告行业深度调研与发展前景预测报告（2012-2016）》共九章。首先介绍了广告相关概述、中国广告市场运行环境等，接着分析了中国广告市场发展的现状，然后介绍了中国广告重点区域市场运行形势。随后，报告对中国广告重点企业经营状况分析，最后分析了中国广告行业发展趋势与投资预测。您若想对广告产业有个系统的了解或者想投资广告行业，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。

第一章 广告行业发展综述

第一节 广告行业概述

一、广告产业发展周期

二、广告的分类

（1）根据传播媒介分类

（2）根据广告目的分类

（3）根据广告传播范围分类

（4）根据广告传播对象分类

三、广告的特点与本质

（1）广告的特点

（2）广告的本质

四、广告的特征

（1）传播性

（2）说服力

（3）价值性

五、广告行业的地位及作用

（1）广告业在国民经济中的地位

（2）广告业对商业的影响

(3) 广告业对消费者的影响

(4) 广告业对大众传媒的影响

第二节 广告行业产业链分析

一、广告行业产业链市场形态

(1) 广告市场的新动向

(2) 广告产业链结构分析

二、广告产业链发展现状及问题

(1) 广告产业链发展现状

(2) 广告产业链瓶颈问题

三、广告产业链的整合传播

(1) 广告产业链整合传播的作用效果

(2) 广告产业链整合传播的战略对策

第三节 广告行业发展环境分析

一、行业管理规范

(1) 行业监管部门

(2) 行业相关法律

(3) 行业相关标准

二、经济环境分析

(1) 国际宏观环境分析

(2) 国内宏观环境分析

(3) 宏观环境对本行业影响

三、社会环境分析

(1) 广告主环境分析

(2) 媒体环境

(3) 消费环境分析

第二章 2012年国际广告行业发展分析

第一节 全球广告行业整体状况

第二节 美国广告行业发展现状

第三节 欧洲广告行业发展现状

第四节 日本广告行业发展分析

第五节 2012-2016年国际广告行业发展前景分析

第三章 2012年中国广告产业整体发展态势分析

第一节 中国广告行业历程及现状分析

一、中国广告行业发展历程

(1) 恢复发展时期

(2) 初步发展时期

(3) 高速发展时期

(4) 发展完善时期

二、中国广告行业发展现状

(1) 广告业整体增长平稳

(2) 广告业发展不均衡性突出

(3) 跨国广告集团大举进入我国市场

第二节 2012年中国广告行业市场分析

一、广告行业市场状况概述

(1) 综合情况

(2) 各媒体广告市场状况

(3) 消费者媒体接触行为

二、广告行业市场规模分析

(1) 广告业经营状况

(2) 媒体广告经营情况

(3) 广告公司经营情况

(4) 省市广告经营情况

三、广告行业市场竞争分析

(1) 专业广告公司与媒体企业间的竞争

(2) 本土广告公司与跨国广告公司竞争

(3) 广告客户代理与媒介代理公司竞争

(4) 广告公司区域市场之间的竞争分析

第三节 受众媒介接触习惯分析

一、受众看电视的时间在减少，互联网是主要的分流媒体

二、电视受众整体偏老龄化，视频受众则更加年轻化

三、长间接触，视频受众的粘度更高

四、电视和视频在线各自的受众都有较高的忠诚度

五、电视受众爱看新闻时事，视频受众更爱电影和电视剧

第四节 中国广告业的挑战与机遇

一、广告行业发展的挑战

(1) 广告对受众传播效果趋于弱化

(2) 广告在媒介盈利模式中地位下降

(3) 网络弊端成广告安全传播的威胁

二、广告行业发展的机遇

(1) 广告跨媒介转换实现更便捷

(2) 广告传播效率大幅度提高

(3) 广告商角色和盈利发生重大转变

第四章 2012年中国广告主广告投放分析

第一节 广告主广告投放规模分析

一、广告投放行业广告花费分析

二、广告投放企业投放额分析

第二节 热点行业广告主广告投放分析

一、热点行业广告主广告投放策略

(1) 房地产行业广告投放策略

(2) 乳制品行业广告投放策略

(3) 金融行业广告投放策略

(4) 医药保健品行业广告投放策略

(5) 汽车行业广告投放策略

(6) 化妆品/浴室用品行业广告投放策略

(7) 服装服饰行业广告投放策略

二、热点行业广告主广告投放偏好

(1) 对传统媒体的广告投放趋于谨慎

(2) 数字新媒体成为广告投放重点

三、热点行业广告主广告投放趋势

(1) 媒体广告费用向公关终端转移

(2) 广告主广告策略理性化发展

(3) 广告主媒体投放理念清晰化发展

第五章 2012年中国传统媒体广告市场发展分析

第一节 电视广告市场发展分析

一、电视产业发展概况分析

二、电视广告市场发展状况

三、电视广告投放状况分析

四、电视广告发展前景分析

第二节 报纸广告市场发展分析

一、报纸发展状况分析

二、报纸广告市场发展状况

三、报纸广告投放情况分析

四、报纸广告传播效果影响因素分析

五、报纸广告发展趋势及应对策略

第三节 期刊广告市场发展分析

一、期刊发展状况分析

二、期刊广告市场发展状况

三、期刊广告投放情况分析

第四节 广播广告市场发展分析

一、广播产业发展状况分析

二、广播广告市场发展状况

三、广播广告发展前景分析

第五节 户外广告市场发展分析

一、户外广告发展特征分析

二、户外广告市场发展状况

三、户外广告行业竞争分析

四、户外广告发展趋势与前景预测

第六章 2012年中国新兴媒体及其他广告市场分析

第一节 网络广告市场发展分析

一、网络广告行业发展状况

二、网络广告运营模式分析

三、网络广告市场规模分析

四、网络广告发展趋势与前景预测

第二节 手机广告市场发展分析

一、手机广告发展概况

二、手机广告产业链分析

三、手机广告市场现状分析

四、手机广告细分市场分析

五、手机广告市场竞争格局分析

六、手机广告受众行为分析

七、手机广告市场问题及建议

第三节 其他主要广告市场分析

一、电影贴片广告市场分析

二、包装广告市场发展分析

三、直邮广告市场发展分析

第七章 2012年中国广告行业区域市场分析

第一节 广告行业市场区域发展概况

一、广告行业区域发展概况

二、二、三线区域广告市场迅速扩张

第二节 重点区域广告行业市场分析

一、北京市广告行业市场发展分析

二、上海市广告行业市场发展分析

三、广州市广告行业市场发展分析

四、深圳市广告行业市场发展分析

五、江苏省广告行业市场发展分析

六、浙江省广告行业市场发展分析

七、天津市广告行业市场发展分析

八、福建省广告行业市场发展分析

第三节 广告行业区域发展趋势分析

一、区域广告业“十二五”发展对策

二、广告行业区域发展趋势分析

第八章 2012年中国广告行业重点企业调研分析

第一节 广告行业企业总体发展状况

第二节 媒体单位领先企业经营分析 ----中央电视台

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

第三节 媒体服务类领先广告企业经营分析----分众传媒

一、企业发展简况分析

二、主要经济指标分析

第四节 非媒体服务类领先广告企业经营分析--智威汤逊-中乔广告有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

第九章 2012-2016年中国广告行业投资分析与前景预测

第一节 2012-2016年中国广告行业投资前景预测分析

一、广告行业进入壁垒分析

(1) 资金壁垒

(2) 人才壁垒

(3) 品牌壁垒

二、广告行业经营模式分析

三、广告行业投资风险分析

(1) 行业政策风险

(2) 行业人才风险

(3) 行业市场风险

四、广告行业投资并购分析

第二节 2012-2016年中国广告行业前景预测分析

一、广告行业发展趋势分析

- (1) 广告与营销一体化
- (2) 集团化与专业化发展
- (3) 本土与国际接轨
- (4) 媒体投放效果可测性要求提高

二、广告行业发展前景预测

第三节 广告行业投资建议

一、广告行业投资机会分析

二、广告行业投资建议

- (1) 投资方式建议
- (2) 投资方向建议

图表目录：

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2011年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2011年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2012年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2012年中国GDP增速预测

图表：.....

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/guanggaochuanmei/141448141448.html>