

2008-2010年广告企业上市辅导与实施方案咨询报告

报告大纲

一、报告简介

观研报告网发布的《2008-2010年广告企业上市辅导与实施方案咨询报告》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/guanggaochuanmei/3168831688.html>

报告价格：电子版: 30000元 纸介版：30000元 电子和纸介版: 30000

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

本报告为本公司独家首创针对企业上市融资提供前期指导服务的专项研究报告，此报告为个性化定制服务报告，我们将根据不同类型及不同行业的企业提出的具体要求，修订报告目录，并在此目录的基础上重新完善行业数据及分析内容，为企业顺利上市融资提供全程指引服务。

我们坚信中国的企业应该得到一流的、货真价实的资讯服务，本研究中心郑重承诺，为您提供超值的服务！本公司的管理咨询服务集合了行业内专家团队的智慧，磨合了多年实践经验和理论研究大碰撞的智慧结晶。我们的研究产品将帮助您找到了真正的商业发展机遇和可持续发展战略，我们坚信您也将从我们的报告中获得有价值和指导意义的商业智慧！

目 录

CONTENTS

第一部分 行业发展情况分析

第一章 中国广告行业发展概述

第一节 广告行业发展情况

第二节 最近3～5年中国广告行业经济指标分析

一、赢利性

二、成长速度

三、附加值的提升空间

四、进入壁垒 / 退出机制

五、风险性

六、行业周期

七、竞争激烈程度指标

八、当前行业发展所属周期阶段的判断

第三节 关联产业发展

第二章 应用领域及行业供需分析

第一节 广告市场需求分析

一、需求市场

二、客户结构

三、需求的地区差异

第二节 供给分析

第三节 供求平衡分析及未来发展趋势

一、行业的需求预测

二、行业的供应预测

三、供求平衡分析

四、供求平衡预测

第四节 广告市场价格走势分析

第三章 2008～2010年广告行业需求预测

第一节 2008～2010年广告领域需求量预测

第二节 2008～2010年广告领域需求产品（服务）功能预测

第三节 2008～2010年广告领域需求产品（服务）市场格局预测

第二部分 市场竞争与企业分析

第四章 主要广告企业的排名与产业结构分析

第一节 广告行业企业排名分析

第二节 产业结构分析

一、市场细分充分程度的分析

二、各细分市场领先企业排名

三、各细分市场占总市场的结构比例

四、领先企业的结构分析（所有制结构）

第三节 产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析

一、产业价值链的构成

二、产业链条的竞争优势与劣势分析

第四节 产业结构发展预测

一、产业结构调整的方向政府产业指导政策分析（投资政策、外资政策、限制性政策等）

二、产业结构调整中消费者需求的引导因素

三、中国广告行业参与国际竞争的战略市场定位

第五章 广告行业投资方向

第一节 产业发展的有利因素与不利因素分析

第二节 产业发展的空白点分析

第三节 投资回报率比较高的投资方向

第四节 新进入者应注意的障碍因素

第五节 营销分析与营销模式推荐

一、渠道构成

二、销售贡献比率

三、覆盖率

四、销售渠道效果

五、价值流程结构

第三部分 上市规划与前期辅导

第六章 广告企业上市利弊与上市环境分析

第一节 上市之益处

第二节 上市之弊端

第三节 广告企业上市与行业发展

第四节 广告企业上市环境

第五节 证监会对于广告企业上市的监管政策

第七章 最近3~5年国内上市形势分析

第一节 发行市盈率依然较高

第二节 发行筹资规模有较大提高

第三节 发行审核节奏大大加快

第四节 最近3~5年发行审核通过率分析

第五节 全民投资股市的热情异常热烈

第六节 制度体系建设日臻完善

第八章 广告企业国内上市基本条件

第一节 首发上市法定条件

第二节 证监会审核关注重点

第三节 广告企业上市可行性分析

第四节 广告企业当前需解决、改进或完善的问题

第四部分 上市方案与重点问题

第九章 广告企业上市方案

第一节 广告企业上市流程

第二节 广告企业改制思路

第三节 广告企业发行定价与筹资金额测算

第四节 广告企业内部上市团队的配置方案

第五节 上市中介机构的聘请

第六节 上市项目组管理模式与分工合作

第十章 上市中介机构选择与工作协调

第一节 券商的选择与工作模式

一、券商的选择与费用指导

二、券商工作内容与定位

三、券商的工作模式

四、广告企业上市券商重点关注的问题

第二节 会计师事务所的选择与工作模式

一、会计师事务所的选择与费用指导

二、会计师事务所工作内容与定位

三、会计师事务所的工作模式

四、广告企业上市会计师事务所重点关注的问题

第三节 资产评估事务所的选择与工作模式

- 一、资产评估事务所的选择与费用指导
- 二、资产评估事务所工作内容与定位
- 三、资产评估事务所的工作模式
- 四、广告企业上市资产评估事务所重点关注的问题

第四节 律师事务所的选择与工作模式

- 一、律师事务所的选择与费用指导
- 二、律师事务所工作内容与定位
- 三、律师事务所的工作模式
- 四、广告企业上市律师事务所重点关注的问题

第五节 咨询公司的选择与工作模式

- 一、咨询公司的选择与费用指导
- 二、咨询公司工作内容与定位
- 三、咨询公司的模式
- 四、广告企业上市咨询公司重点关注的问题

第十一章 广告企业上市重点问题的处理建议

第一节 改制问题

- 一、企业改制手续处理建议
- 二、股权纠纷问题处理建议
- 三、企业改制与管理层安排建议

第二节 财务审计问题

- 一、大股东审计问题处理建议
- 二、历史财务审计问题处理建议
- 三、审计报告常见错误分析
- 四、关联交易财务处理问题建议

第三节 法律问题

- 一、重大合同处理
- 二、股权转让确认
- 三、商标产权争议
- 四、对外合作协议
- 五、股东大会决议

第四节 募集资金投向问题

- 一、项目可行性研究报告撰写
- 二、募集资金规模
- 三、募投项目选择

四、新建扩建问题

五、立项申报流程

第五节 社保环评等问题

一、社保问题处理

二、历史环评报告与环保局批文

第六节 制度健全问题

一、管理内控制度完善

二、上市公司配套制度设立

三、人事安排与股权激励

四、财务制度健全

第五部分 上市步骤与发展前景

第十二章 招股说明书中影响企业上市的重点问题处理建议

第一节 公司基本情况章节常见问题

一、企业改制重组流程完备性

二、企业股本变化问题

三、企业对外投资问题

四、员工社保与员工持股问题处理

第二节 业务与技术章节常见问题

一、业务描述与定位

二、各业务市场容量

三、企业竞争对手分析

四、上下游厂商以及经营授权问题

五、技术研发与质量控制问题处理

第三节 同业竞争与关联交易章节问题

一、同业竞争问题处理

二、关联交易问题处理

三、避免同业竞争与关联交易处理制度设计

四、现有同业竞争与关联交易的措施

第四节 募投项目常见问题

一、项目投产前后指标变化解释

二、项目投资收益指标设计

三、项目产品市场容量测算

四、项目生产工艺与核心技术处理

五、项目可行性与合理性分析

六、项目备案流程

第五节 财务报告问题

一、会计制度调整

二、财务状况变动问题

三、盈利、偿债等指标处理

四、重大财务收支问题的处理

五、各项财务数据的确认

第六节 公司治理问题

第七节 股利分配问题

第八节 业务发展目标设计

第十三章 影响上市进度的重点环节处理建议

第一节 企业工商档案问题

第二节 募投项目问题

第三节 审计问题

第四节 环评批文问题

第五节 股权处理问题

第六节 重大法律纠纷

第十四章 广告企业上市成功率影响因素

第一节 最近3～5年广告企业上市成功率统计

第二节 最近3～5年广告企业上市失败案例主要问题分布

第三节 证监会对广告企业上市最为关注的问题

第四节 广告企业上市成功案例解读

第五节 广告企业上市时机选择

第十五章 2008～2010年广告企业上市前景预测

第一节 2008～2010年广告企业上市趋势分析

第二节 2008～2010年广告企业上市环境预测

第三节 2008～2010年证监会对广告企业上市的政策走向

第四节 2008～2010年广告企业上市与行业发展预期

第五节 广告行业拟在2008～2010年上市的企业应采取的基本措施 略.....

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/guanggaochuanmei/3168831688.html>