

中国电子媒体广告产业竞争态势及盈利前景分析 报告（2014-2019）

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《中国电子媒体广告产业竞争态势及盈利前景分析报告（2014-2019）》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/186265186265.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

据资料显示，尽管电子媒体广告诞生的时间不是很长，但其被多方寄予厚望，而电子媒体广告也有着一定程度的发展。电子媒体广告应该发挥自身优势，抓住机遇，摸索适合自己发展的道路。

中国报告网发布的《中国电子媒体广告产业竞争态势及盈利前景分析报告（2014-2019）》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 电子媒体广告行业概况

第一节 电子媒体广告行业分类

第二节 电子媒体广告行业市场现状分析

一、电子媒体广告市场现状

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 电子媒体广告行业投资特性分析

第一节 电子媒体广告行业投资特性

一、中国电子媒体广告经营的生态环境

（一）广告经营的生态链

（二）两个市场、两类消费者

（三）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 电子媒体广告行业产品分析

第一节 广告产品现状

一、中国电子媒体广告业产品概况

二、广告经营生态环境研究

第二节 电子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 电子媒体广告行业市场竞争格局

第一节 电视广告市场

一、电视广告的特点

二、2013年电视广告市场综述

三、2013年十大受欢迎电视广告

四、楼宇电视广告市场竞争格局

五、房地产行业广告投放情况

六、通讯行业投放广告情况

七、医疗机构行业投放广告情况

八、家电行业投放广告情况

第二节 广播广告市场

一、广播广告的特性

(一) 交流感与意境性

(二) 流动感与兼作性

(三) 无限性与全面性

(四) 低投入与高回报

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

第三节 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) 2013年中国网络媒体发展现状

(二) 2013年网络媒体发展现状

(三) 2013年网络媒体发展现状

第四节 无线广告

一、无线广告介绍

二、无线广告市场发展状况

第五节 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、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、2013年公司资产负债情况
- 六、2013年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

第六章 行业发展预测

第一节 电子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

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 2013年电视媒体广告投放情况

图表 2013年电视媒体前十位品牌的投放排名及花费情况

图表 2013年十大受欢迎电视广告

图表 2013年度中国十大受欢迎电视广告作品

图表 2011-2013年房地产行业电视广告投放次数前十位城市

图表 2011-2013年房地产行业电视广告投放次数前十位城市增幅对比

图表 2011-2013年中国通讯服务行业网络广告投放对比

图表 2011-2013年中国通讯服务行业网络广告主投放TOP10

图表 2011-2013年中国医疗服务行业网络广告投放对比

图表 2011-2013年中国医疗服务行业网络广告主投放TOP10

图表 2013年家电行业广告品牌前10强监测

图表 2013年电视媒体广告投放监测

图表 2013年广播媒体前十位行业类别的投放排名及花费情况

图表 2013年广播媒体前十位品牌的投放排名及花费情况

图表 2011-2013年美国广告市场发展状况

图表 2013年美国电子媒体广告投放情况

图表 2011-2013年歌华有线主营业务收入、利润、净利润

图表 2013年歌华有线有线电视网络传输业务经营状况

图表 2013年歌华有线主营业务分地区情况表

图表 2013年歌华有线主营业务收入、利润、净利润

图表 2013年歌华有线资产负债变化情况

图表 2011-2013年歌华有线主要费用情况

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/186265186265.html>