

# 中国电视广告市场专项调查及未来五年盈利前景 预测报告

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《中国电视广告市场专项调查及未来五年盈利前景预测报告》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/210125210125.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

### 第一章 广告行业发展综述

#### 1.1 广告行业概述

##### 1.1.1 广告的定义

##### 1.1.2 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

##### 1.1.3 广告的特点与本质

(1) 广告的特点

(2) 广告的本质

##### 1.1.4 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

#### 1.2 广告行业产业链分析

##### 1.2.1 广告行业产业链结构分析

(1) 广告产业链介绍

(2) 广告产业链结构分析

##### 1.2.2 广告行业产业链分析

(1) 广告公司

(2) 广告主

(3) 媒体

### 第二章 广告行业发展环境分析

#### 2.1 行业管理规范

##### 2.1.1 行业监管部门

##### 2.1.2 行业相关法律

##### 2.1.3 行业相关标准

#### 2.2 经济环境分析

##### 2.2.1 工业经济增长

##### 2.2.2 社会消费品零售总额增长

#### 2.3 消费环境分析

### 2.3.1 居民可支配收入

### 2.3.2 居民消费结构分析

### 2.3.3 居民消费信心分析

## 第三章 中国广告行业市场研究与机遇

### 3.1 中国广告行业市场分析

#### 3.1.1 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

#### 3.1.2 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

#### 3.1.3 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) 广告公司区域市场之间的竞争分析

### 3.2 中国广告业的挑战与机遇

#### 3.2.1 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

#### 3.2.2 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 电视广告市场发展状况与前景分析

### 4.1 电视产业发展概况分析

#### 4.1.1 中国电视台数量情况

#### 4.1.2 中国电视人口覆盖情况

#### 4.1.3 中国电视用户数量情况

#### 4.1.4 中国电视收视情况分析

##### (1) 收视量变化趋势

##### (2) 收视量观众特征

- (3) 收视量频道分布
- (4) 收视量时段分布
- (5) 收视量周天特征
- 4.1.5 中国电视受众偏好分析
- 4.2 电视广告市场发展状况
  - 4.2.1 电视广告投放额发展分析
  - 4.2.2 各类频道广告投放额情况
  - 4.2.3 电视广告区域市场分析
  - 4.2.4 电视广告市场竞争分析
- 4.3 电视广告投放状况分析
  - 4.3.1 电视广告投放行业分析
  - 4.3.2 广告投放行业广告花费分析
  - 4.3.3 广告投放企业投放额分析
  - 4.3.4 电视广告投放品牌分析
- 4.4 电视广告发展前景分析
  - 4.4.1 电视广告经营管理前景
  - 4.4.2 电视广告市场发展前景
  - 4.4.3 电视广告产品品质前景
- 第五章 未来五年广告行业投资分析与前景预测
  - 5.1 广告行业投资分析
    - 5.1.1 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
    - 5.1.2 广告行业经营模式分析
    - 5.1.3 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
    - 5.1.4 广告行业投资并购分析
  - 5.2 广告行业前景预测
    - 5.2.1 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

5.2.2 广告行业发展前景预测

5.3 广告行业投资建议

5.3.1 广告行业投资机会分析

5.3.2 广告行业投资建议

图表详见正文 . . . . .

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/guanggaochuanmei/210125210125.html>