

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

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>