

中国媒体广告市场调查及未来五年投资动向研究报告

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《中国媒体广告市场调查及未来五年投资动向研究报告》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/210127210127.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

第一章媒体广告行业概况

第一节广告的分类

第二节行业市场现状分析

一、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

第二章媒体广告行业投资特性分析

第一节媒体广告行业投资特性

一、中国媒体广告经营的生态环境

（一）媒体广告经营的生态链

（二）两个市场、两类消费者

（三）媒体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

第三章媒体广告行业产品分析

第一节媒体广告产品现状

一、中国广告业产品概况

二、广告经营生态环境研究

第二节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

第四章媒体广告行业市场竞争格局

第一节报刊广告市场

一、全国报刊广告形势分析

（一）报刊广告总量

（二）报纸与杂志的位置“此消彼长”

（三）报纸的局势：“几家欢喜几家愁”

(四) 广告行业分布是广告政策与行业发展共同作用的产物

二、报刊分类广告情况

(一) 时尚类杂志广告情况

(二) 财经类报纸广告情况

(三) 社会新闻类报纸广告情况

(四) 计算机类杂志广告情况

(五)、平面广告投放情况

(六)、药品报刊广告

一 药品报刊广告情况

二 药品报刊广告情况

三、房地产行业广告投放情况

四、机动车行业广告投放情况

五、通讯行业投放广告情况

六、医疗机构行业投放广告情况

七、家电行业投放广告情况

第二节电视广告市场

一、电视广告的特点

二、电视广告市场综述

三、十大受欢迎电视广告

四、楼宇电视广告市场竞争格局

第三节广播广告市场

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

第四节户外广告市场

一、户外广告概况

二、户外广告十大新趋势

三、户外广告异军突起

四、户外广告调查报告

第五节网络广告

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) 中国网络媒体发展现状

(二) 网络媒体发展现状

(三) 网络媒体发展现状

第六节无线广告

一、无线广告介绍

二、无线广告市场发展状况

第七节国际市场分析

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、公司资产负债情况

六、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

第八节广东九州阳光传媒股份有限公司

一、企业简介

二、经营状况

第九节中国经营报

一、中国经营报简介

二、广告结构

三、广告价格表

四、经营状况

第十节经济观察报

一、经济观察报特点

二、目标读者

三、广告价格表

四、广告营业额状况

第六章行业发展预测

第一节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

三、户外广告十大新趋势

第二节WTO对广告市场的影响

第七章媒体广告行业投资战略研究

第一节媒体广告行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、业务组合战略

三、区域战略规划

四、产业战略规划

五、营销品牌战略

六、竞争战略规划

第二节对媒体广告品牌的战略思考

一、企业品牌的重要性

二、媒体广告实施品牌战略的意义

三、媒体广告企业品牌的现状分析

四、媒体广告企业的品牌战略

五、媒体广告品牌战略管理的策略

图表详见正文•••••

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/guanggaochuanmei/210127210127.html>