

2016-2022年中国报刊广告市场产销调研及十三五 发展趋势前瞻报告

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《2016-2022年中国报刊广告市场产销调研及十三五发展趋势前瞻报告》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/253076253076.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

中国报告网发布的《2016-2022年中国报刊广告市场产销调研及十三五发展趋势前瞻报告》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、市场前景、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。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。

报告简介

第一章报刊广告行业运行情况

第一节报刊广告行业运行情况

一、行业运行分析

二、行业生产规模分析

三、占GDP的比重

四、分布情况

第二节报刊广告行业供给分析

一、需求变化因素

二、市场投放情况

三、市场变化因素

四、政策变动因素

五、2016年供给预测

第三节报刊广告行业需求分析

一、下游行业的发展

二、产品价格因素

三、产品替代因素

(一)网络广告的主要形式

1、网幅广告(包含Banner、Button、通栏、竖边、巨幅等)

2、文本链接广告

3、电子邮件广告

4、赞助

5、与内容相结合的广告

6、插播式广告(弹出式广告)

7、RichMedia

8、其它新型广告

9、来电付费广告

(二)网络广告未来发展趋势

四、关联行业发展因素

(一)房地产

(二)汽车制造行业

第二章报刊广告行业运行环境分析

第一节国内宏观经济形势分析

一、国民生产总值

二、工业生产与效益

三、固定资产投资

四、对外贸易与利用外资

六、消费与物价

第二节国内宏观调控政策分析

第三节国内报刊广告行业政策分析

一、行业具体政策

二、政策特点与影响

第三章报刊广告行业上游分析

第一节报纸

一、市场需求规模

(一)理性化

(二)多样化

(三)娱乐化

(四)随意化

(五)方便化

(六)本地化

二、北京日报报业集团

第二节杂志

一、市场需求规模

(一)网络时代信息消费方式的诸种变化

(二)杂志应是思想源而不仅仅是信息源

(三)提供经过“调制”的产品以获得预期结论

二、中国妇女杂志社

第三节广告

一、市场需求规模

二、海润国际广告传播机构

第四章报刊广告行业下游分析

第一节报刊亭

一、市场需求规模

二、北京首邮报刊亭有限责任公司

第二节网络销售

一、市场需求规模

二、淘宝网

第五章2016年国内报刊广告行业整体运行状况

第一节报刊广告行业产销分析

第二节报纸广告行业盈利能力分析

第三节报纸广告行业偿债能力分析

第四节报纸广告行业营运能力分析

第五节杂志广告行业盈利能力分析

第六节杂志广告行业偿债能力分析

第七节杂志广告行业营运能力分析

第六章报刊广告行业价格分析

第七章报刊广告市场环境分析

第一节消费者分析

第二节竞争者分析

第八章报刊广告市场营销策略

第一节品牌策略

第二节形象策略

第三节产品策略

第四节定价策略

一以市场为导向的广告定价策略

二以需求为导向的广告定价策略

三以本利为导向的广告定价策略

第五节促销策略

第九章报刊广告行业国际市场运行分析

第一节国际市场概述

第二节报刊广告行业主要国家分析

第十章报刊广告行业重点企业分析

第一节上海广告有限公司

一、企业发展概况

二、2014-2016年公司财务分析

(一)企业偿债能力分析

1、资产负债率

2、产权比率

3、已获利息倍数

(二)企业运营能力分析

1、固定资产周转次数

2、流动资产周转次数

3、总资产周转次数

(三)企业盈利能力分析

1、销售净利率

2、销售毛利率

3、资产净利率

三、2014-2016年公司经营况况

四、发展规划及前景展望

第二节合力昌荣传播机构

一、企业发展概况

二、2014-2016年公司财务分析

(一)企业偿债能力分析

1、资产负债率

2、产权比率

3、已获利息倍数

(二)企业运营能力分析

1、固定资产周转次数

2、流动资产周转次数

3、总资产周转次数

(三)企业盈利能力分析

1、销售净利率

2、销售毛利率

3、资产净利率

三、2014-2016年公司经营况况

四、发展规划及前景展望

第三节三人行广告有限公司

一、企业发展概况

二、2014-2016年公司财务分析

(一)企业偿债能力分析

1、资产负债率

2、产权比率

3、已获利息倍数

(二)企业运营能力分析

1、固定资产周转次数

2、流动资产周转次数

3、总资产周转次数

(三)企业盈利能力分析

1、销售净利率

2、销售毛利率

3、资产净利率

三、2014-2016年公司经营状况

四、发展规划及前景展望

第四节京维传凯普广告传播有限公司

一、企业发展概况

二、2014-2016年公司财务分析

(一)企业偿债能力分析

1、资产负债率

2、产权比率

3、已获利息倍数

(二)企业运营能力分析

1、固定资产周转次数

2、流动资产周转次数

3、总资产周转次数

(三)企业盈利能力分析

1、销售净利率

2、销售毛利率

3、资产净利率

三、2014-2016年公司经营状况

四、发展规划及前景展望

第五节北京国安广告公司

一、企业发展概况

二、2014-2016年公司财务分析

(一)企业偿债能力分析

1、资产负债率

2、产权比率

3、已获利息倍数

(二)企业运营能力分析

1、固定资产周转次数

2、流动资产周转次数

3、总资产周转次数

(三)企业盈利能力分析

1、销售净利率

2、销售毛利率

3、资产净利率

三、2014-2016年公司经营况况

四、发展规划及前景展望

第六节北京泛亚宏智广告有限公司

一、企业发展概况

二、2014-2016年公司财务分析

(一)企业偿债能力分析

1、资产负债率

2、产权比率

3、已获利息倍数

(二)企业运营能力分析

1、固定资产周转次数

2、流动资产周转次数

3、总资产周转次数

(三)企业盈利能力分析

1、销售净利率

2、销售毛利率

3、资产净利率

三、2014-2016年公司经营况况

四、发展规划及前景展望

第七节海润新时代广告有限公司

一、企业发展概况

二、2014-2016年公司财务分析

(一)企业偿债能力分析

1、资产负债率

2、产权比率

3、已获利息倍数

(二)企业运营能力分析

1、固定资产周转次数

2、流动资产周转次数

3、总资产周转次数

(三)企业盈利能力分析

1、销售净利率

2、销售毛利率

3、资产净利率

三、2014-2016年公司经营况况

四、发展规划及前景展望

第八节金鹃国际广告公司

一、企业发展概况

二、2014-2016年公司财务分析

(一)企业偿债能力分析

1、资产负债率

2、产权比率

3、已获利息倍数

(二)企业运营能力分析

1、固定资产周转次数

2、流动资产周转次数

3、总资产周转次数

(三)企业盈利能力分析

1、销售净利率

2、资产净利率

三、2014-2016年公司经营况况

四、发展规划及前景展望

第十一章报刊广告行业内部风险分析

第一节市场竞争风险分析

第二节技术水平风险分析

第三节企业竞争风险分析

第四节企业政策风险分析

第十二章报刊广告行业外部风险分析

第一节宏观经济环境风险分析

第二节行业政策环境风险分析

第三节关联行业风险分析

一、网络广告的覆盖率低

二、效果评估困难

三、供选择的广告位有限

四、创意的局限性

五、调研数据的匮乏

第十三章SWOT分析

第一节优势分析

第二节劣势分析

第三节机会分析

第四节威胁分析

第十四章行业发展趋势预测

第一节国内市场预测

一、销售额预测

二、印刷印量预测

三、增长速度预测

第二节三大传统媒介广告市场预测

图表目录

图表1：2016年报刊广告行业在GDP中所占的地位

图表2：全国三大经济圈及城市

图表3：2016年重点行业报刊广告投放情况

图表4：2014-2016年-工业企业增加值月度同比增长率(%)

图表5：2014-2016年固定资产投资完成额月度累计同比增长率(%)

图表6：2014-2016年出口总额月度同比增长率与进口总额月度同比增长率(%)

图表7：2014-2016年居民消费价格指数(上年同月=100)

图表8：2014-2016年我国报纸印刷总印量及增长对比图

图表9：2016年平面媒体广告总量杂志前10强

图表10：2014-2016我国三大传统媒介(电视、报纸、杂志)的广告市场收益总额及增长对比图

图表11：2014-2016年我国报纸广告销售额及增长对比图

- 图表12：2014-2016年我国杂志广告销售额及增长对比图
- 图表13：2014-2016年中国报纸广告行业盈利能力对比图
- 图表14：2014-2016年中国报纸广告行业资产负债率对比图
- 图表15：2014-2016年中国报纸广告行业负债与所有者权益比率对比图
- 图表16：2014-2016年中国报纸广告行业营运能力对比图
- 图表17：2014-2016年中国杂志广告行业盈利能力对比图
- 图表18：2014-2016年中国杂志广告行业资产负债率对比图
- 图表19：2014-2016年中国杂志广告行业负债与所有者权益比率对比图
- 图表20：2014-2016年中国杂志广告行业营运能力对比图
- 图表21：近3年上海广告有限公司资产负债率变化情况
- 图表22：近3年上海广告有限公司产权比率变化情况
- 图表23：近3年上海广告有限公司已获利息倍数变化情况
- 图表24：近3年上海广告有限公司固定资产周转次数情况
- 图表25：近3年上海广告有限公司流动资产周转次数变化情况
- 图表26：近3年上海广告有限公司总资产周转次数变化情况
- 图表27：近3年上海广告有限公司销售净利率变化情况
- 图表28：近3年上海广告有限公司销售毛利率变化情况
- 图表29：近3年上海广告有限公司资产净利率变化情况
- 图表30：近3年合力昌荣传播机构资产负债率变化情况
- 图表31：近3年合力昌荣传播机构产权比率变化情况
- 图表32：近3年合力昌荣传播机构已获利息倍数变化情况
- 图表33：近3年合力昌荣传播机构固定资产周转次数情况
- 图表34：近3年合力昌荣传播机构流动资产周转次数变化情况
- 图表35：近3年合力昌荣传播机构总资产周转次数变化情况
- 图表36：近3年合力昌荣传播机构销售净利率变化情况
- 图表37：近3年合力昌荣传播机构销售毛利率变化情况
- 图表38：近3年合力昌荣传播机构资产净利率变化情况
- 图表39：近3年三人行广告有限公司资产负债率变化情况
- 图表40：近3年三人行广告有限公司产权比率变化情况
- 图表41：近3年三人行广告有限公司已获利息倍数变化情况
- 图表42：近3年三人行广告有限公司固定资产周转次数情况
- 图表43：近3年三人行广告有限公司流动资产周转次数变化情况
- 图表44：近3年三人行广告有限公司总资产周转次数变化情况
- 图表45：近3年三人行广告有限公司销售净利率变化情况
- 图表46：近3年三人行广告有限公司销售毛利率变化情况

图表47：近3年三人行广告有限公司资产净利率变化情况

图表48：近3年京维传凯普广告传播有限公司资产负债率变化情况

图表49：近3年京维传凯普广告传播有限公司产权比率变化情况

图表50：近3年京维传凯普广告传播有限公司已获利息倍数变化情况

图表51：近3年京维传凯普广告传播有限公司固定资产周转次数情况

图表52：近3年京维传凯普广告传播有限公司流动资产周转次数变化情况

图表53：近3年京维传凯普广告传播有限公司总资产周转次数变化情况

图表54：近3年京维传凯普广告传播有限公司销售净利率变化情况

图表55：近3年京维传凯普广告传播有限公司销售毛利率变化情况

图表56：近3年京维传凯普广告传播有限公司资产净利率变化情况

图表57：近3年北京国安广告公司资产负债率变化情况

图表58：近3年北京国安广告公司产权比率变化情况

图表59：近3年北京国安广告公司已获利息倍数变化情况

图表60：近3年北京国安广告公司固定资产周转次数情况

(GYYS)

图表详见正文.....

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，请放心查阅。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/guanggaochuanmei/253076253076.html>