

2017-2022年中国广播广告产业发展态势及十三五 盈利战略分析报告

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《2017-2022年中国广播广告产业发展态势及十三五盈利战略分析报告》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/274086274086.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

广播电台广告是现在很常见的广播形式，而且广播广告的形式做的广播宣传有很好的广告效果，很受人们喜欢。一是制作传播成本低。广播广告媒体以声音为载体，依托于网络覆盖传播。小区的档杆广告，而实现其传播途径也很简单，只需要一次性建设发射塔，以及完善网络（卫星因素不谈）。目前广播广告的传播现状是这些基础设施基本完备，无需再进行投资。所以，从制作费用来说，广播广告成本低廉。二是针对性强，见效快。由于广播发展的“窄播化”趋势，促使广播节目频道设置按听众类别来编排节目。虽然听众的分类方式多种多样，如按地域、按年龄段、按职业、按爱好区分等多种形式，但不同群体都有共同点。所以客户可以根据宣传对象的不同，在相应的节目中播放相应的广告。三是客户可以自由选择广告播放的时间，听众可以自由选择收听的地点。由于广播频道设计密度的增加，服务人群范围划分的精细，为客户商家在选择广播广告时段时提供了其他媒介所不能提供的优势。同时，由于广播携带方便，在接触不到其他媒体的环境中也能有效收听。

虽然广播产业规模增速以及随着新媒体技术的应用，尽管广播与新媒体已经有了一定程度的融合，但广播的营销创新力仍有待提高。这其中受到经济放缓、政策限制等一系列外部原因的影响，广播的广告总体投放规模较小。而导致广播增速下降的最主要原因则在于广播自身营销的创新力不够。近些年，广播的快速增长要感谢城市化发展和私家车的增长，但是回头来看，广播的创新力显然还不够。相比之下，同样是传统媒体的电视，却在2012年与2013年年实现了高速发展，究其原因就在于电视在节目内容、营销手段之上的创新，而广播广告无论在内容创新还是营销创新上，都未出现令人欣喜的表现。

中国报告网发布的《2017-2022年中国广播广告产业发展态势及十三五盈利战略分析报告》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。

第一部分 广播广告行业发展综述

第一章 广播广告行业国内外发展概述

第一节 国际广播广告行业发展总体概况

一、2015年全球广播广告行业发展概况

二、主要国家和地区发展概况

三、全球广播广告行业发展趋势

第二节 中国广播广告行业发展概况

一、2015年中国广播广告行业发展概况

二、中国广播广告行业发展中存在的问题

第三节 中国广播产业的发展分析

一、广播发展的行业背景

二、广播发展困境

三、广播发展趋势

第四节 世界广告媒体发展分析

第二章 2015年中国广播广告行业发展环境分析

第一节 宏观经济环境

第二节 国际贸易环境

第三节 广播广告行业政策环境

第四节 广播广告行业技术环境

第五节 国内外经济形势对广播广告行业发展环境的影响

第二部分 广播广告行业市场分析

第三章 广播广告行业市场分析

第一节 市场规模分析

一、2011-2015年广播广告行业市场规模收入及增速

二、广播广告行业市场饱和度

三、2017-2022年广播广告行业市场规模预测

第二节 市场结构分析

第三节 市场特点分析

一、广播广告行业所处生命周期

二、技术变革与行业革新对广播广告行业的影响

三、差异化分析

第四章 广播广告行业生产分析

第一节 生产总量分析

一、2011-2015年广播广告行业投放总额及增速

二、国内外经济形势对广播广告行业生产的影响

三、2017-2022年广播广告行业生产总量预测

第二节 细分区域生产分析

第三节 行业供需平衡分析

- 一、广播广告行业供需平衡现状
- 二、广播广告行业供需平衡趋势预测
- 第三部分 广播广告行业竞争格局分析
- 第五章 广播广告行业竞争分析
 - 第一节 行业集中度分析
 - 第二节 行业竞争格局
 - 第三节 竞争群组
 - 第四节 广播广告行业竞争关键因素
 - 一、价格
 - 二、渠道
 - 三、产品/服务质量
 - 四、品牌
- 第六章 广播广告行业产品价格分析
 - 第一节 价格特征分析
 - 第二节 价格与成本的关系
 - 第三节 行业价格策略分析
- 第七章 广播广告行业用户分析
 - 第一节 广播广告行业用户认知程度
 - 第二节 广播广告行业用户关注因素
 - 一、功能
 - 二、内容
 - 三、价格
 - 四、质量
 - 五、服务
- 第八章 广播广告行业替代品分析
 - 第一节 替代品种类
 - 第二节 替代品对广播广告行业的影响
 - 第三节 替代品发展趋势
 - 一、替代品发展简述
 - 二、三大主流媒体广告收入状况分析
 - 第四节 国内经济形势对广播广告行业替代品的影响
- 第九章 广播广告行业互补品分析
 - 第一节 互补品种类
 - 第二节 互补品对广播广告行业的影响
 - 第三节 互补品发展趋势

第十章 广播广告行业主导驱动因素分析

第一节 国家政策导向

第二节 关联行业发展

第三节 行业技术发展

第四节 行业竞争状况

第五节 社会需求的变化

第十一章 广播广告下游行业分析

第一节 广播广告下游行业增长情况

第二节 广播广告下游行业区域分布情况

第三节 广播广告下游行业发展预测

第四节 国内外经济形势对广播广告下游行业的影响

第十二章 广播广告行业渠道分析

第一节 渠道格局

第二节 渠道形式

第三节 渠道要素对比

第四节 各区域主要代理商情况

第十三章 行业盈利能力分析

第一节 2011-2015年广播广告行业销售毛利率

第二节 2011-2015年广播广告行业销售利润率

第三节 2011-2015年广播广告行业总资产利润率

第四节 2011-2015年广播广告行业净资产利润率

第五节 2011-2015年广播广告行业产值利税率

第六节 2017-2022年广播广告行业盈利能力预测

第十四章 行业成长性分析

第一节 2011-2015年广播广告行业销售收入增长分析

第二节 2011-2015年广播广告行业总资产增长分析

第三节 2011-2015年广播广告行业固定资产增长分析

第四节 2011-2015年广播广告行业净资产增长分析

第五节 2011-2015年广播广告行业利润增长分析

第六节 2017-2022年广播广告行业增长预测

第十五章 行业偿债能力分析

第一节 2011-2015年广播广告行业资产负债率分析

第二节 2011-2015年广播广告行业速动比率分析

第三节 2011-2015年广播广告行业流动比率分析

第四节 2011-2015年广播广告行业利息保障倍数分析

第五节 2017-2022年广播广告行业偿债能力预测

第十六章 行业营运能力分析

第一节 2011-2015年广播广告行业总资产周转率分析

第二节 2011-2015年广播广告行业净资产周转率分析

第三节 2011-2015年广播广告行业应收账款周转率分析

第四节 2011-2015年广播广告行业存货周转率分析

第五节 2017-2022年广播广告行业营运能力预测

第十七章 广播广告行业重点企业分析

第一节 华闻传媒

一、企业简介及经营特色

二、企业财务指标分析比较

三、企业竞争力分析比较

四、企业发展规划

第二节 华谊兄弟

一、企业简介及经营特色

二、企业财务指标分析比较

三、企业竞争力分析比较

四、企业发展规划

第三节 中视传媒

一、企业简介及经营特色

二、企业财务指标分析比较

三、企业竞争力分析比较

四、企业发展规划

第四节 电广传媒

一、企业简介及经营特色

二、企业财务指标分析比较

三、企业竞争力分析比较

四、企业发展规划

第五节 粤传媒

一、企业简介及经营特色

二、企业财务指标分析比较

三、企业竞争力分析比较

四、企业发展规划

第六节 省广股份

一、企业简介及经营特色

二、企业财务指标分析比较

三、企业竞争力分析比较

四、企业发展规划

第七节 思美传媒

一、企业简介及经营特色

二、企业财务指标分析比较

三、企业竞争力分析比较

四、企业发展规划

第八节 蓝色光标

一、企业简介及经营特色

二、企业财务指标分析比较

三、企业竞争力分析比较

四、企业发展规划

第九节 湖北广电

一、企业简介及经营特色

二、企业财务指标分析比较

三、企业竞争力分析比较

四、企业发展规划

第十节 广电网络

一、企业简介及经营特色

二、企业财务指标分析比较

三、企业竞争力分析比较

四、企业发展规划

第十八章 重点子行业分析

第一节 子行业发展现状

第二节 子行业发展特征

第三节 子行业发展趋势

第四节 国内外经济形势对广播广告行业子行业的影响

第十九章 区域市场分析

第一节 华东地区广播广告行业发展分析

第二节 华北地区广播广告行业发展分析

一、北京

二、郑州

第三节 华中地区广播广告行业发展分析

一、武汉

二、长沙

第四节 华南地区广播广告行业发展分析

一、广州

二、深圳

第五节 东北地区广播广告行业发展分析

第六节 西部地区广播广告行业发展分析

一、重庆

二、昆明

第四部分 广播广告行业风险分析

第二十章 广播广告行业风险分析

第一节 广播广告行业环境风险

一、国际经济环境风险

二、汇率风险

三、宏观经济风险

四、宏观经济政策风险

五、区域经济变化风险

第二节 广播广告行业产业链上下游风险

一、上游行业风险

二、下游行业风险

三、其他关联行业风险

第三节 广播广告行业政策风险

一、产业政策风险

二、区域经济政策风险

第四节 广播广告行业市场风险

一、市场供需风险

二、价格风险

三、竞争风险

第五节 广播广告行业其他风险分析

第二十一章 有关建议

第一节 广播广告行业发展前景预测

一、用户需求变化预测

二、竞争格局发展预测

三、渠道发展变化预测

四、行业总体发展前景及市场机会分析

第二节 广播广告企业营销策略

一、价格策略

二、渠道建设与管理策略

三、促销策略

四、服务策略

五、品牌策略

第三节 广播广告企业投资策略

一、子行业投资策略

二、区域投资策略

三、产业链投资策略

第四节 广播广告企业应对当前经济形势策略建议

一、战略建议

二、财务策略建议

图表目录：

图表：全球移动广告支出及增长

图表：2015年数字媒体广告份额

图表：2011-2015年国内生产总值及其增长速度

图表：2012-2015年国内生产总值增长速度

图表：2015年我国居民消费价格上涨情况

图表：2012-2015年我国城镇居民人均可支配收入实际增长速度

图表：2012-2015年我国农村居民人均收入实际增长速度

图表：2011-2015年全社会固定资产投资及其增长速度

图表：2011-2015年公共财政收入及其增长速度

图表：2015年末全部金融机构本外币存贷款余额及其增长速度

图表：2015年我国汇率变化情况

图表：我国人民币存贷款基准利率历次调整一览表

图表：2010-2015年我国存款准备金率调整一览表

图表：2010-2015年社会消费品零售总额及其增长速度

图表：2010-2015年我国货物进出口总额

图表：2010-2015年世界经济增长趋势

图表：2010-2015年世界商品贸易增长趋势

图表：2010-2015年全球直接投资主要指标

图表：2010-2015年我国广播广告市场规模收入及增长情况

图表：2017-2022年我国广播广告市场规模收入及增长情况

图表：2015年我国广播广告区域听众结构情况

图表：2015年我国广播广告听众年龄结构情况

图表：2015年我国电台频率受众份额与广告份额比较情况

图表：2010-2015年广播广告行业投放总额及增速

图表：2010-2015年我国GDP和传统广播广告同比增速情况

图表：2017-2022年我国广播广告行业投放额及增长情况

图表：2015年全国不同区域广播广告投放额分布情况

图表：2015年中国各媒体广告份额

图表：2015年中国广播广告各类频率的市场份额

图表：2010-2015年各类媒体刊例广告收入份额变化情况

图表：每天在媒体中花费的时间对比

图表：不同年段群体最信任的媒体分析

图表：2015年各级频道广告变化分析

图表：2016年中国各媒体广告增长预测

图表：2017-2022年中国网络广告市场规模预测

图表：2015年我国听众收听广播广告渠道情况

图表：2015年重点城市出租车数量

图表：2015年广播广告下游行业区域分布

图表：2015年广播广告各区域主要代理商数量区域分布

图表：2011-2015年中国广播广告行业销售毛利率

图表：2011-2015年中国广播广告行业销售利润率

图表：2011-2015年中国广播广告行业总资产利润率

图表：2011-2015年中国广播广告行业净资产利润率

图表：2011-2015年中国广播广告行业利税率

图表：2017-2022年中国广播广告行业销售毛利率预测

图表：2017-2022年中国广播广告行业销售利润率预测

图表：2017-2022年中国广播广告行业总资产利润率预测

图表：2017-2022年中国广播广告行业净资产利润率预测

图表：2017-2022年中国广播广告行业利税率预测

图表：2011-2015年中国广播广告行业销售收入增长率

图表：2011-2015年中国广播广告行业总资产增长率

图表：2011-2015年中国广播广告行业固定资产增长率

图表：2011-2015年中国广播广告行业净资产增长率

图表：2011-2015年中国广播广告行业利润增长率

图表：2017-2022年中国广播广告销售收入增长率预测

图表：2017-2022年中国广播广告总资产增长率预测

图表：2017-2022年中国广播广告固定资产增长率预测

- 图表：2017-2022年中国广播广告净资产增长率预测
- 图表：2017-2022年中国广播广告利润增长率预测
- 图表：2011-2015年中国广播广告行业资产负债率
- 图表：2011-2015年中国广播广告行业速动比率
- 图表：2011-2015年中国广播广告行业流动比率
- 图表：2011-2015年中国广播广告行业利息保障倍数
- 图表：2017-2022年中国广播广告资产负债率预测
- 图表：2017-2022年中国广播广告速动比率预测
- 图表：2017-2022年中国广播广告流动比率预测
- 图表：2017-2022年中国广播广告利息保障倍数预测
- 图表：2011-2015年中国广播广告行业总资产周转率
- 图表：2011-2015年中国广播广告行业净资产周转率
- 图表：2011-2015年中国广播广告行业应收账款周转率
- 图表：2011-2015年中国广播广告行业存货周转率
- 图表：2017-2022年中国广播广告总资产周转率预测
- 图表：2017-2022年中国广播广告净资产周转率预测
- 图表：2017-2022年中国广播广告应收账款周转率预测
- 图表：2017-2022年中国广播广告存货周转率预测
- 图表：2015年华闻传媒主营构成分析
- 图表：2013-2015年华闻传媒成长能力指标
- 图表：2013-2015年华闻传媒盈利能力指标
- 图表：2013-2015年华闻传媒盈利质量指标
- 图表：2013-2015年华闻传媒运营能力指标
- 图表：2013-2015年华闻传媒财务风险指标
- 图表：2013-2015年华闻传媒利润表
- 图表：2013-2015年华闻传媒利润表
- 图表：2015年华谊兄弟主营构成分析
- 图表：2013-2015年华闻传媒成长能力指标
- 图表：2013-2015年华闻传媒盈利能力指标
- 图表：2013-2015年华闻传媒盈利质量指标
- 图表：2013-2015年华闻传媒运营能力指标
- 图表：2013-2015年华闻传媒财务风险指标
- 图表：2013-2015年华闻传媒资产负债表
- 图表：2013-2015年华闻传媒利润表
- 图表：2015年中视传媒主营构成分析

图表：2013-2015年中视传媒成长能力指标

图表：2013-2015年中视传媒盈利能力指标

图表：2013-2015年中视传媒盈利质量指标

图表：2013-2015年中视传媒运营能力指标

图表：2013-2015年中视传媒财务风险指标

图表：2013-2015年中视传媒资产负债表

图表：2013-2015年中视传媒利润表

图表：2015年电广传媒主营构成分析

图表：2013-2015年电广传媒成长能力指标

图表：2013-2015年电广传媒盈利能力指标

图表：2013-2015年电广传媒盈利质量指标

图表：2013-2015年电广传媒运营能力指标

图表：2013-2015年电广传媒财务风险指标

图表：2013-2015年电广传媒资产负债表

图表：2013-2015年电广传媒利润表

图表：2015年粤传媒主营构成分析

图表：2013-2015年粤传媒成长能力指标

图表：2013-2015年粤传媒盈利能力指标

图表：2013-2015年粤传媒盈利质量指标

图表：2013-2015年粤传媒运营能力指标

图表：2013-2015年粤传媒财务风险指标

图表：2013-2015年粤传媒资产负债表

图表：2013-2015年粤传媒利润表

图表：2013省广股份主营构成分析

图表：2013-2015年省广股份成长能力指标

图表：2013-2015年省广股份盈利能力指标

图表：2013-2015年省广股份盈利质量指标

图表：2013-2015年省广股份运营能力指标

图表：2013-2015年省广股份财务风险指标

图表：2013-2015年省广股份资产负债表

图表：2013-2015年省广股份利润表

图表：2015年思美传媒主营构成分析

图表：2013-2015年思美传媒成长能力指标

图表：2013-2015年思美传媒盈利能力指标

图表：2013-2015年思美传媒盈利质量指标

图表：2013-2015年思美传媒运营能力指标

图表：2013-2015年思美传媒财务风险指标

图表：2013-2015年思美传媒资产负债表

图表：2013-2015年思美传媒利润表

图表：2015年蓝色光标主营构成分析

图表：2013-2015年蓝色光标成长能力指标

图表：2013-2015年蓝色光标盈利能力指标

图表：2013-2015年蓝色光标盈利质量指标

图表：2013-2015年蓝色光标运营能力指标

图表：2013-2015年蓝色光标财务风险指标

图表：2013-2015年蓝色光标资产负债表

图表：2013-2015年蓝色光标利润表

图表：2015年湖北广电主营构成分析

图表：2013-2015年湖北广电成长能力指标

图表：2013-2015年湖北广电盈利能力指标

图表：2013-2015年湖北广电盈利质量指标

图表：2013-2015年湖北广电运营能力指标

图表：2013-2015年湖北广电财务风险指标

图表：2013-2015年湖北广电资产负债表

图表：2013-2015年湖北广电利润表

图表：2015年广电网络主营构成分析

图表：2013-2015年广电网络成长能力指标

图表：2013-2015年广电网络盈利能力指标

图表：2013-2015年广电网络盈利质量指标

图表：2013-2015年广电网络运营能力指标

图表：2013-2015年广电网络财务风险指标

图表：2013-2015年广电网络资产负债表

图表：2013-2015年广电网络利润表

图表：2015年中国各类频率在不同收听地点的市场份额

图表：2015年上海地区主要电台的市场份额

图表：2015年上海地区广播电台时段竞争格局

图表：2015年上海地区主要电台频率的平均收听率和市场占有率

图表：2015年北京地区主要电台的市场份额

图表：2015年北京地区广播电台时段竞争格局

图表：2015年北京地区主要电台频率的平均收听率和市场占有率

图表：2015年郑州地区广播电台竞争格局

图表：2015年郑州地区广播电台时段竞争格局

图表：2015年武汉地区广播电台竞争格局

图表：2015年武汉地区广播电台时段竞争格局

图表：2015年武汉地区主要电台频率的平均收听率和市场份额

图表：2015年长沙地区广播电台竞争格局

图表：2015年长沙地区广播电台时段竞争格局

图表：2015年长沙地区主要电台频率的平均收听率和市场份额

图表：2015年广州地区广播电台竞争格局

图表：2015年广州地区广播电台时段竞争格局

图表：2015年广州地区主要电台频率的平均收听率和市场份额

图表：2015年深圳地区广播电台竞争格局

图表：2015年深圳地区广播电台时段竞争格局

图表：2015年深圳地区主要电台频率的平均收听率和市场份额

图表：2015年沈阳地区主要电台的市场份额

图表：2015年沈阳地区广播电台时段竞争格局

图表：2015年沈阳地区主要电台频率的平均收听率和市场份额

图表：2015年重庆地区广播电台竞争格局

图表：2015年重庆地区广播电台时段竞争格局

图表：2015年重庆地区主要电台频率的平均收听率和市场份额

图表：2015年昆明地区广播电台竞争格局

图表：2015年昆明地区广播电台时段竞争格局

图表：2015年昆明地区主要电台频率的平均收听率和市场份额

(GYZX)

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/274086274086.html>