

2008-2009年中国广告业研究咨询报告

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《2008-2009年中国广告业研究咨询报告》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/xiantiyongpin/2887328873.html>

报告价格：电子版: 7000元 纸介版：7500元 电子和纸介版: 8000

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

【英文版价】 15000元 【英文电子】 16000元 【英文两版】 17000元 内容简介北京奥运会将使2008年全球广告市场增长6.7%，达到4856亿美元；还将使中国广告市场增长24%，达到420亿美元；而欧洲和美国将分别下降3.7%和3.5%；其它地区将会增长11.8%；受信贷危机的冲击，欧美市场经济放缓，也影响了广告市场的增长。而中国由于北京奥运会的召开，2010年将成为推动全球广告市场增长的第二大贡献者，13亿人口的亚洲巨人，在其家庭消费和近2.75亿网民的支持下继续开拓着广告市场。信息数字化和新兴四国已成为该市场持久增长的动力。至2010年以中国为首的新兴国家，俄罗斯、巴西和印度将在全球广告市场份额的增长中占62%。2008年中国广告经营总收入有望超过5000亿元。中国传媒经济的重要指标之一广告业已经成为一个成熟的行业，传媒产业已蔚为大观。2008年前三季度中国内地广告市场投放总额达到2604亿元人民币，较去年同期增长13%。但与2008年首季度17%的增幅相比，广告市场整体增长呈放缓趋势。全球金融风暴和经济潜在性衰退将稀释一部分广告增长前景。在各媒体投放方面，2008年前三季度电视媒体和平面媒体的广告投放均明显增加。电视媒体总投放达2063亿元人民币，较去年同期提升14个百分点。平面媒体的广告投放强力反弹，其中报纸广告(385亿元人民币)同比增幅达20%。电台媒体2008年的“吸金”能力大幅下降，广告投放仅增长3%。传统户外媒体则受到宏观面整治的影响而加速下滑，下滑幅度高达20%。全球广告市场正面临着重大的挑战，消费开支显著下降，金融危机似乎击中了地球的每个角落，虽然近段时间的金融危机给全球广告行业带来了较大影响，但得益于中国经济的稳定发展，中国广告行业受到的影响并不大，350亿美元的广告市场成为全球的一个新亮点，2009年对于中国广告行业而言将是暖冬。CCTV11月18日举行2009年黄金资源广告招标会，招标总额达到92.5627亿元，这一数字较2008年的80.2861亿增长了12.2766亿，增幅为15.29%。在大家都在观望中国2009年广告市场的走势的时候，央视黄金招标结果无疑为中国经济以及消费市场带来了信心，对于一个品牌来说，如何在危机中把握机会，就成为了一项新的课题，而对于更多的传媒企业和广告代理公司来说，分析广告主的动向将更加有助于及时调整策略。本研究咨询报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家广播电影电视总局、中国文化部、中国新闻出版总署、中国广告业协会、央视媒介资讯、中国行业研究网、国内外相关报刊杂志的基础信息，对我国广告产业的基本概况、发展环境、重点广告企业以及国家相关产业政策等进行了分析。报告还重点研究了广告产业发展趋势、细分市场和投资前景等。本报告是广告公司、影视企业、代理公司、投资机构等单位准确了解目前广告业发展动态，把握企业定位和发展战略不可多得的决策参考。

目 录CONTENTS第一部分 行业发展现状第一章 媒体广告行业概述 1第一节 广告行业概述 1一、广告的定义 1二、广告的分类 2三、我国广告行业结构 4四、广告的发展历程 6第二节 广告的创作 7一、广告语言的创新手法 7二、意识形态广告的视觉美学 10三、现代广告与传统民族文化的融合 14四、广告的创意

| | | | |
|-----------------------------|----------------------------|------------------------|-------------|
| 18第二章 | 全球广告行业发展分析 | 23第一节 | 全球广告市场分析 |
| 23一、全球广告市场格局分析 | | 23二、2008年戛纳广告节的开展情况 | |
| 25三、2008年全球广告支出情况分析 | | 26四、2008年全球互联网广告开支额 | |
| 26五、2008年经济风暴对广告行业的冲击 | 27六、2008-2010年中国对全球广告市场的贡献 | | |
| 28第二节 | 美国广告市场分析 | 29一、2008年美国广告主营销方式的选择 | |
| 29二、2008年经济对美国广告行业的影响 | | 29三、2008年美国广告行业开支情况分析 | |
| 30四、2008年全年美国广告行业开支预测 | | 32五、2008年广告主投放网络广告的情况 | |
| 33六、2012年美国广告市场份额情况预测 | | 34第三节 | 其他广告市场分析 |
| 35一、2008年英国广告市场分析 | | 35二、2008年法国广告市场分析 | |
| 36三、2008年日本广告市场分析 | 37第三章 | 我国广告行业发展分析 | 38第一节 |
| 我国广告市场发展分析 | | 38一、2007-2008年中国广告发展现状 | |
| 38二、2008年内地广告市场规模分析 | | 38三、2008年中国广告市场价值分析 | |
| 39四、2008年中国广告市场的投放额 | | 40五、2008年广告行业人才供求情况 | |
| 41六、2008-2009年广告市场面临的挑战 | 45第二节 | 我国广告市场规范情况 | |
| 45一、2008年中国查处广告违法案件情况 | 45二、2008年广告业存在的主要问题探讨 | | |
| 46三、2008年中国广告行业新的自律规则 | 47四、2008年广告行业结盟维护创意版权 | | |
| 48第二部分 细分市场分析第四章 报刊杂志广告市场分析 | 51第一节 | 报刊杂志广告市场分析 | |
| 51一、2007年中国报刊杂志广告市场分析 | 51二、2008年大陆报刊杂志广告市场分析 | | |
| 56三、2008年下半年报纸广告的发展分析 | 58第二节 | 制约报纸广告发展的因素分析 | |
| 59一、收益与研发分析 | 59二、印刷的质量分析 | 61三、经营与业务分析 | 62第三节 |
| 报刊杂志广告发展策略分析 | 64一、2008-2009年影响报业广告走势的变量 | | |
| 64二、国内报纸广告的创新策略分析 | 72三、提高杂志发行量的策略分析 | | |
| 74四、报业广告经营模式和增长方式研究 | 78五、e时代都市报广告的经营策略分析 | | |
| 82第五章 | 电视广告市场分析 | 87第一节 | 电视广告市场发展分析 |
| 87一、2008年中国电视广告市场规模分析 | | 87二、2008年公交移动电视广告投放比例 | |
| 87三、2008-2009年中国电视广告市场投放额 | | | |
| 90四、2008-2009年地铁移动电视广告市场分析 | 92第二节 | CCTV2009年广告招标分析 | |
| 94一、CCTV2009年广告招标总额增长情况 | | | |
| 94二、从CCTV黄金资源招标看2009年中国广告市场 | | | |
| 94三、CCTV招标与2009年网络广告市场预测 | 96第六章 | 广播广告市场分析 | 99第一节 |
| 广播广告市场发展分析 | 99一、广播广告的优劣势分析 | 99二、我国广播广告市场发展概况 | |
| 103三、我国交通广播广告市场创收情况 | 105四、乡村广播广告市场的发展前景 | 106第二节 | 广播广告的经营特征分析 |
| 110一、广播广告发展现状 | 110二、多元化的经营格局 | | |
| 110三、频率制的发展分析 | 115四、新语境下发展分析 | 115第七章 | 户外广告市场分析 |
| 119第一节 | 户外广告市场现状分析 | 119一、2008年户外广告市场格局分析 | |

| | | |
|-----------------------------|----------------------------|----------------------|
| 119二、2008年户外液晶广告行业分析 | 120三、2008年户外电子屏广告的收入 | 121第二节 |
| 户外广告市场空间分析 | 122一、2008年中国户外广告市场规模 | |
| 122二、2008年高校户外广告市场规模 | 123三、户外广告位使用权拍卖趋势分析 | 126第八章 |
| 网络广告市场分析 | 129第一节 网络广告发展现状分析 | 129一、当今互联网广告现状分析 |
| 129二、2007年中国网络广告发展情况 | 131第二节 2008年10月中国网络广告市场回顾 | |
| 135一、整体花费情况分析 | 135二、各业广告投放情况 | 138三、广告主的竞争情况 |
| 138四、奥运广告主的花费 | 139第三节 | 2008-2009年中国网络广告市场分析 |
| 143一、2008年四大门户网站广告收入情况 | 143二、2008年首届中国网络广告行业大会 | |
| 144三、2008年中国网络广告市场规模情况 | 145四、2008年中国网络展示广告市场价值 | |
| 146五、2008年奥运赞助商网络广告的投放 | 146六、2008年房地产行业网络广告的投放 | |
| 148七、2008年汽车行业网络广告投放情况 | 150八、2008-2009年视频新媒体广告市场空间 | |
| 151第九章 无线广告市场分析 | 153第一节 移动广告发展概述 | 153一、移动广告定义及特点 |
| 153二、移动广告的优劣势分析 | 156三、全球市场发展情况分析 | |
| 157四、移动广告市场需求分析 | 161五、市场发展前景及规模 | 162第二节 |
| 2008年无线广告市场分析 | 164一、无线广告的准入营销法则 | |
| 164二、2008年无线广告市场空间及竞争 | 166三、2008年无线广告市场发展及规模 | |
| 169四、2009年无线广告市场的前景分析 | 170五、2008年短信广告发展现状及趋势 | |
| 171六、2008年移动互联网催热手机广告 | 174第三部分 | 行业竞争分析第十章 |
| 广告行业竞争分析 | 177第一节 | 广告行业竞争格局分析 |
| 177一、2008年互联网与传统广告行业竞合分析 | | |
| 177二、2008年谷歌微软对传统广告公司的压力 | | |
| 182三、2008年中国广告业界软硬广告竞争分析 | | |
| 184四、2008-2009年央视重点时段广告竞争分析 | | |
| 186五、2008-2009年移动广告行业竞争形势分析 | 186第二节 | 网络广告竞争格局分析 |
| 188一、国内网络广告市场竞争分析 | 188二、2008年网络广告行业新进情况分析 | |
| 198三、2008年三线城市网络广告竞争分析 | 200四、2008年游戏内置广告市场竞争分析 | |
| 201五、2008-2009年网络广告市场竞争形势 | 201第十一章 | 行业重点品牌企业分析 |
| 204第一节 奥美整合行销传播集团 | 204一、企业概况 | 204二、产品与服务 |
| 205三、2008年中国市场策略 | 209第二节 中视金桥国际传播集团 | 214一、企业概况 |
| 214二、2007-2008年财务分析 | 217三、2008年经营状况 | 224第三节 中视传媒股份有限公司 |
| 224一、企业概况 | 224二、2007-2008年财务分析 | 225三、2008年经营状况 |
| 229第四节 北京巴士传媒股份有限公司 | 232一、企业概况 | 232二、2007-2008年财务分析 |
| 233三、2008年经营状况 | 237第五节 TOM户外传媒集团 | 238一、企业概况 |
| 238二、产品与服务 | 240三、2008年经营状况 | 241第六节 湖南电广传媒股份有限公司 |
| 244一、企业概况 | 244二、2007-2008年财务分析 | 244三、2008年经营状况 |
| 249第七节 | | |

| | | |
|-------------------------------|---------------------------|-----------------------|
| 广东九州阳光传媒股份有限公司 | 254一、企业概况 | 254二、2007-2008年财务分析 |
| 255三、2008年经营状况 | 259第八节 陕西广电网络传媒股份有限公司 | 260一、企业概况 |
| 260二、2007-2008年财务分析 | 261三、2008年经营状况 | 265第九节 |
| 成都博瑞传播股份有限公司 | 268一、企业概况 | 268二、2007-2008年财务分析 |
| 269三、2008年经营状况 | 273第十节 分众传媒(中国)控股有限公司 | 274一、企业概况 |
| 274二、产品与服务 | 275三、2008年经营状况 | 277第四部分 行业发展趋势及投资第十二章 |
| 行业发展趋势及预测 | 279第一节 | 全球广告行业发展及预测 |
| 279一、2008年全球广告支出增长预测 | 279二、2008-2010年全球广告预算情况 | |
| 279三、2008-2009年广告行业发展前景 | 281第二节 | 中国广告行业发展趋势及预测 |
| 283一、2009年中国广告市场趋势解析 | 283二、2008-2009年中国广告行业发展前景 | |
| 286三、2008-2010年中国对全球广告市场的推动 | | |
| 287四、2009年中国广告市场发展及新媒体趋势 | 288第三节 | 互动广告的发展趋势及预测 |
| 291一、2009年互动广告在广告市场的份额预测 | | |
| 291二、2008-2012年全球主要网络广告市场发展预测 | | |
| 292三、2008-2012年亚太手机付费搜索广告市场预测 | | |
| 295四、2008年我国主要形式网络广告市场分析预测 | | |
| 296五、2008-2010年中国网络广告发展趋势预测 | | |
| 300六、2008-2011年中国网络广告市场规模预测 | | |
| 302七、2008-2009年游戏内置广告发展趋势分析 | | |
| 303八、2008-2009年我国网盟广告市场发展预测 | | 306第十三章 |
| 2008-2009年行业发展影响因素 | 308第一节 | 宏观经济环境分析 |
| 308一、2008年上半年宏观经济运行分析 | 308二、2008年3季度宏观经济运行分析 | |
| 312三、2008年全国工业利润的增长情况 | 317四、2008年居民消费价格的分类指数 | |
| 320五、2009年社会经济形势发展的预测 | 324第二节 | 奥运对广告行业的影响分析 |
| 326一、2008年北京奥运催热全球广告业 | 326二、2008年奥运促进全球广告市场增长情况 | |
| 328三、2008年全球广告商为奥运竞争投入情况 | | |
| 329四、2008年奥运拉动中国网络广告市场情况 | | |
| 330五、2008年奥运对广告市场格局的深远影响 | 334第三节 | 金融危机对行业的影响分析 |
| 335一、2008-2010年美国网络广告损失预测 | | |
| 335二、2009年亚洲广告预算受金融危机影响情况 | | |
| 337三、2008年金融危机对中国广告行业影响分析 | | |
| 338四、2008年金融危机对新媒体广告市场的影响 | | |
| 339五、2008年金融危机对中国广告增长前景的稀释 | | 340第十四章 |
| 2008-2009年广告行业投资分析 | 342第一节 | 媒体广告行业投资特性 |
| 342一、中国广告行业经营环境分析 | 342二、各类广告媒体的优势及特性 | 347第二节 |

广告投资预算的数量分析 351一、广告投资的重要性分析 351二、广告投资预算量的确定
352三、广告投资预算理论的应用 354第三节 中国广告行业投资分析
355一、2008年外商投资广告企业新规施行 355二、2008年媒体和广告行业的投资情况
355三、2008年中国无线广告成风投新热点 357四、2008-2010年中国广告市场投资机会
357图表目录图表：中国广告业演变的三个阶段的主要特征 4图表：中国广告业结构关系
5图表：中国广告业活动过程 5图表：广告在品牌传播中对消费者的影响作用
20图表：2004-2008年全球主要地区广告市场规模
25图表：2008年美国广告主及广告代理投放网络广告的主要原因
34图表：2006-2012年美国网络广告及广告市场规模
35图表：2008年9月主要行业人才需求占总需求比例图
42图表：2007年中国大陆主要报刊广告经营额及增长
52图表：2007年各类报纸广告经营额同比增长率
52图表：2007年各类杂志广告经营额同比增长率
53图表：2007年中国报刊主要行业广告经营额同比增长
55图表：2003-2007年全国报刊广告刊登额及增长率
56图表：2008年1季度报纸杂志广告总量同比变化
56图表：2008年1季度主要报刊、杂志广告份额
57图表：2008年1季度主要类别报刊广告份额 57图表：2008年1季度重点行业广告活跃度
58图表：2007-2008年2季度中国地铁移动电视市场规模
93图表：广播广告与其他广告的优劣势比较 99图表：受众接触广播与电视的时间习惯比较
100图表：中国广播媒体的现状 104图表：1994-2004年中国广播广告收入增长情况
104图表：2007年度中国交通广播广告创收排名表(71家会员单位)
105图表：2007/2008年同期网络广告市场状况比较
136图表：2007/2008年同期网络广告价值估算
137图表：2008年各月TOP100广告主市场价值估算
137图表：2008年各月TOP100网络媒体市场价值估算
137图表：2008年10月TOP10广告行业类型
138图表：2008年10月广告价值估算TOP10广告主推广项目数和创意数
139图表：2008年10月奥运会三个级别广告主网络投放状况
140图表：2008年1-10月中国品牌网络广告投放费用及增长率
141图表：2008年1-10月主要网站品牌广告投放费用
142图表：2008年第2季度中国互联网广告主要厂商市场份额
145图表：2008年1-6月奥运会赞助商网络广告投放费用比例
147图表：2007年7月-2008年6月奥运赞助商网络广告投放费用分布
148图表：2006-2008年房地产行业网络广告投放情况

- 149图表：2006-2008年汽车行业网络广告投放情况
- 150图表：2000-2006年韩国移动广告的发展
- 159图表：2006年我国移动广告不同类型收入比例
- 160图表：用户对被动接受移动广告的态度
- 161图表：用户对接受wap广告的态度
- 162图表：2006年和2011年全球移动广告收入构成比较
- 163图表：2011年全球移动广告收入发展预测
- 163图表：搜索广告市场竞争
- 178图表：2003-2007年google部分 财务数据
- 179图表：wpp在2008年前两个月收购情况
- 180图表：2006-2011年互联网广告与传统通广告增长对比
- 181图表：2002-2006年wpp部分财务数据
- 182图表：中视金桥国际传播集团组织架构
- 215图表：2007-2008年中视金桥国际传媒控股有限公司财务摘要
- 217图表：2007-2008年中视金桥国际传媒控股有限公司按频道划分之收入
- 217图表：2007-2008年中视金桥国际传媒控股有限公司简明合并损益表
- 218图表：2007-2008年中视金桥国际传媒控股有限公司简明合并资产负债表
- 219图表：2007-2008年中视金桥国际传媒控股有限公司简明合并现金流量表
- 220图表：2007-2008年中视金桥国际传媒控股有限公司其他收入
- 220图表：2007-2008年中视金桥国际传媒控股有限公司所得税前溢利
- 221图表：2007-2008年中视金桥国际传媒控股有限公司所得税开支
- 221图表：2007-2008年中视金桥国际传媒控股有限公司股息
- 221图表：2007-2008年中视金桥国际传媒控股有限公司应收账款及其它应收款
- 222图表：2007-2008年中视金桥国际传媒控股有限公司应收关联人士款项
- 222图表：2007-2008年中视金桥国际传媒控股有限公司现金及现金等价物
- 223图表：2007-2008年中视金桥国际传媒控股有限公司应付帐款及其他应付款
- 223图表：2008年上半年中视传媒股份有限公司主营构成
- 225图表：2007-2008年中视传媒股份有限公司每股指标
- 226图表：2007-2008年中视传媒股份有限公司获利能力
- 226图表：2007-2008年中视传媒股份有限公司经营能力
- 226图表：2007-2008年中视传媒股份有限公司偿债能力
- 226图表：2007-2008年中视传媒股份有限公司资本结构
- 227图表：2007-2008年中视传媒股份有限公司发展能力
- 227图表：2007-2008年中视传媒股份有限公司现金流量
- 227图表：2007-2008年中视传媒股份有限公司主营业务收入
- 227图表：2007-2008年中视传媒股份有限公司主营业务利润
- 228图表：2007-2008年中视传媒股份有限公司营业利润
- 228图表：2007-2008年中视传媒股份有限公司利润总额
- 228图表：2007-2008年中视传媒股份有限公司净利润

229图表：2008年上半年北京巴士传媒股份有限公司主营构成

233图表：2007-2008年北京巴士传媒股份有限公司每股指标

233图表：2007-2008年北京巴士传媒股份有限公司获利能力

234图表：2007-2008年北京巴士传媒股份有限公司经营能力

234图表：2007-2008年北京巴士传媒股份有限公司偿债能力

234图表：2007-2008年北京巴士传媒股份有限公司资本结构

234图表：2007-2008年北京巴士传媒股份有限公司发展能力

234图表：2007-2008年北京巴士传媒股份有限公司现金流量

235图表：2007-2008年北京巴士传媒股份有限公司主营业务收入

235图表：2007-2008年北京巴士传媒股份有限公司主营业务利润

235图表：2007-2008年北京巴士传媒股份有限公司营业利润

236图表：2007-2008年北京巴士传媒股份有限公司利润总额

236图表：2007-2008年北京巴士传媒股份有限公司净利润

236图表：TOM户外传媒集团组织架构

238图表：TOM户外传媒集团户外媒体资源

241图表：2008年上半年湖南电广传媒股份有限公司主营构成

244图表：2007-2008年湖南电广传媒股份有限公司每股指标

245图表：2007-2008年湖南电广传媒股份有限公司获利能力

245图表：2007-2008年湖南电广传媒股份有限公司经营能力

246图表：2007-2008年湖南电广传媒股份有限公司偿债能力

246图表：2007-2008年湖南电广传媒股份有限公司资本结构

246图表：2007-2008年湖南电广传媒股份有限公司发展能力

246图表：2007-2008年湖南电广传媒股份有限公司现金流量

246图表：2007-2008年湖南电广传媒股份有限公司主营业务收入

247图表：2007-2008年湖南电广传媒股份有限公司主营业务利润

247图表：2007-2008年湖南电广传媒股份有限公司营业利润

247图表：2007-2008年湖南电广传媒股份有限公司利润总额

248图表：2007-2008年湖南电广传媒股份有限公司净利润

248图表：2008年上半年广东九州阳光传媒股份有限公司主营构成

255图表：2007-2008年广东九州阳光传媒股份有限公司每股指标

255图表：2007-2008年广东九州阳光传媒股份有限公司获利能力

256图表：2007-2008年广东九州阳光传媒股份有限公司经营能力

256图表：2007-2008年广东九州阳光传媒股份有限公司偿债能力

256图表：2007-2008年广东九州阳光传媒股份有限公司资本结构

256图表：2007-2008年广东九州阳光传媒股份有限公司发展能力

257图表：2007-2008年广东九州阳光传媒股份有限公司现金流量

257图表：2007-2008年广东九州阳光传媒股份有限公司主营业务收入

257图表：2007-2008年广东九州阳光传媒股份有限公司主营业务利润

257图表：2007-2008年广东九州阳光传媒股份有限公司营业利润

258图表：2007-2008年广东九州阳光传媒股份有限公司利润总额

258图表：2007-2008年广东九州阳光传媒股份有限公司净利润

259图表：2008年上半年陕西广电网络传媒股份有限公司主营构成

261图表：2007-2008年陕西广电网络传媒股份有限公司每股指标

261图表：2007-2008年陕西广电网络传媒股份有限公司获利能力

261图表：2007-2008年陕西广电网络传媒股份有限公司经营能力

262图表：2007-2008年陕西广电网络传媒股份有限公司偿债能力

262图表：2007-2008年陕西广电网络传媒股份有限公司资本结构

262图表：2007-2008年陕西广电网络传媒股份有限公司发展能力

262图表：2007-2008年陕西广电网络传媒股份有限公司现金流量

263图表：2007-2008年陕西广电网络传媒股份有限公司主营业务收入

263图表：2007-2008年陕西广电网络传媒股份有限公司主营业务利润

263图表：2007-2008年陕西广电网络传媒股份有限公司营业利润

264图表：2007-2008年陕西广电网络传媒股份有限公司利润总额

264图表：2007-2008年陕西广电网络传媒股份有限公司净利润

264图表：2008年上半年成都博瑞传播股份有限公司主营构成

269图表：2007-2008年成都博瑞传播股份有限公司每股指标

270图表：2007-2008年成都博瑞传播股份有限公司获利能力

270图表：2007-2008年成都博瑞传播股份有限公司经营能力

270图表：2007-2008年成都博瑞传播股份有限公司偿债能力

270图表：2007-2008年成都博瑞传播股份有限公司资本结构

271图表：2007-2008年成都博瑞传播股份有限公司发展能力

271图表：2007-2008年成都博瑞传播股份有限公司现金流量

271图表：2007-2008年成都博瑞传播股份有限公司主营业务收入

271图表：2007-2008年成都博瑞传播股份有限公司主营业务利润

272图表：2007-2008年成都博瑞传播股份有限公司营业利润

272图表：2007-2008年成都博瑞传播股份有限公司利润总额

273图表：2007-2008年成都博瑞传播股份有限公司净利润

273图表：楼宇液晶电视媒体效果

276图表：传统家庭电视与商务楼宇液晶电视广告效果比较

277图表：2006-2011年全球社会化网络广告支出及增长率

293图表：2006-2011年全球社交网站网络广告市场规模

- 294图表：2007-2011年全球手机付费搜索广告市场收入规模及增长率
295图表：2007-2012年亚太手机付费搜索广告市场收入规模及增长率
296图表：2008年上半年宏观经济形势
308图表：2008年1-6月国民生产总值
309图表：2008年1-6月农业生产总值
309图表：2008年1-6月工业生产生产总值
309图表：2008年1-6月固定资产投资总值
310图表：2008年1-6月社会消费品零售总额
310图表：2008年1-6月居民消费价格总水平
310图表：2008年1-6月进出口总额
311图表：2008年1-6月城镇就业情况
311图表：2008年1-6月城乡居民收入情况
311图表：2003-2007年国内生产总值及其增长速度
312图表：2004-2008年6月国内生产总值增长趋势图
315图表：2000-2008年6月城镇固定资产投资名义增速及实际增速
315图表：2006-2008年5月我国出口累计同比增速对比
316图表：2006-2008年5月社会消费品零售总额实际累计同比增速对比
316图表：1993-2007年各国GDP增速
316图表：2008年1-7月规模以上工业增加值分月增速
318图表：2008年1-7月轻重工业增加值增速
318图表：2008年1-7月我国工业品出口交货分月增速
318图表：2008年1-7月流通环节生产资料价格月涨幅
319图表：2008年1-7月工业品和原燃料价格月同比
319图表：2008年1月居民消费价格分类指数分析
320图表：2008年2月居民消费价格分类指数分析
320图表：2008年3月居民消费价格分类指数分析
321图表：2008年4月居民消费价格分类指数分析
321图表：2008年5月居民消费价格分类指数分析
322图表：2008年6月居民消费价格分类指数分析
322图表：2008年7月居民消费价格分类指数分析
323图表：2008年8月居民消费价格分类指数分析
323图表：2008年9月居民消费价格分类指数分析
324图表：2007-2008年3季度中国网络广告市场规模
331图表：2007-2008年3季度中国主要形式网络广告市场份额比较
332图表：企业是否做广告的利润差别分析
351图表：企业理论上一般会选择的利润公式
353图表：企业投资最合适的利润计算公式 353

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/xiantiyongpin/2887328873.html>