

2023-2029年中国媒体广告行业市场发展现状及投资规划建议报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2023-2029年中国媒体广告行业市场发展现状及投资规划建议报告》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：<https://www.huaon.com/channel/advert/911994.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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

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家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

一、全国报刊广告形势分析

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

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

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) 流动感兼作性

(三) 无限性与全面性

(四) 低投入高回报

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

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) 2022年中国网络媒体发展现状

- (二) 2022年网络媒体发展现状

- (三) 2022年网络媒体发展现状

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 广东省广告集团股份有限公司

一、企业简介

二、企业经营状况

三、企业竞争力分析

四、企业发展战略

第二节 中国广告联合有限责任公司

一、企业简介

二、企业经营状况

三、企业竞争力分析

四、企业发展战略

第三节 歌华有线

一、企业简介

二、企业经营状况

三、企业竞争力分析

四、企业发展战略

第四节 琢玉文化传播（广州）有限公司

一、企业简介

二、企业经营状况

三、企业竞争力分析

四、企业发展战略

第五节 cctv广告

一、企业简介

二、企业经营状况

三、企业竞争力分析

四、企业发展战略

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

一、加入wto给广告业带来的商机

二、加入wto可能对广告产生的冲击

三、发展对策

图表目录：

图表：2018-2022年报纸与杂志广告刊登额

图表：2018-2022年各类报纸广告刊登额

图表：2018-2022年各类杂志广告刊登额

图表：2018-2022年时尚类杂志广告状况

图表：2018-2022年财经类报纸广告行业分布

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/channel/advert/911994.html>