

# 2023-2028年中国媒体单位广告行业市场发展监测 及投资战略咨询报告

报告大纲

## 一、报告简介

华经情报网发布的《2023-2028年中国媒体单位广告行业市场发展监测及投资战略咨询报告》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：<https://www.huaon.com/channel/media/882503.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 广告行业发展综述

#### 1.1 广告行业概述

##### 1.1.1 广告的定义

##### 1.1.2 广告的分类

(1) 根据传播媒介分类

(2) 根据广告目的分类

(3) 根据广告传播范围分类

(4) 根据广告传播对象分类

##### 1.1.3 广告的特点与本质

(1) 广告的特点

(2) 广告的本质

##### 1.1.4 广告行业的地位及作用

(1) 广告业在国民经济中的地位

(2) 广告业对商业的影响

(3) 广告业对消费者的影响

(4) 广告业对大众传媒的影响

#### 1.2 广告行业产业链分析

##### 1.2.1 广告行业产业链结构分析

(1) 广告产业链介绍

(2) 广告产业链结构分析

##### 1.2.2 广告行业产业链分析

(1) 广告公司

(2) 广告主

(3) 媒体

#### 1.3 报告研究单位与研究方法

##### 1.3.1 研究单位介绍

##### 1.3.2 研究方法概述

### 第二章 广告行业发展环境分析

## 2.1 行业管理规范

### 2.1.1 行业监管部门

### 2.1.2 行业相关法律

### 2.1.3 行业相关标准

## 2.2 经济环境分析

### 2.2.1 工业经济增长

### 2.2.2 社会消费品零售总额增长

## 2.3 消费环境分析

### 2.3.1 居民可支配收入

### 2.3.2 居民消费结构分析

### 2.3.3 居民消费信心分析

## 第三章 广告行业市场发展分析

### 3.1 中国广告行业历程及现状分析

#### 3.1.1 中国广告行业发展历程

(1) 恢复发展时期

(2) 初步发展时期

(3) 高速发展时期

(4) 发展完善时期

#### 3.1.2 中国广告行业发展现状

(1) 广告业整体增长平稳

(2) 广告业发展不均衡性突出

(3) 跨国广告集团大举进入我国市场

### 3.2 中国广告行业市场分析

#### 3.2.1 广告行业市场状况概述

(1) 综合情况

(2) 各媒体广告市场状况

(3) 消费者媒体接触行为

#### 3.2.2 广告行业市场规模分析

(1) 广告业经营状况

(2) 媒体广告经营情况

(3) 广告公司经营情况

(4) 省市广告经营情况

#### 3.2.3 广告行业市场竞争分析

(1) 专业广告公司与媒体企业间的竞争

(2) 本土广告公司与跨国广告公司竞争

(3) 广告公司区域市场之间的竞争分析

#### 第四章 媒体单位广告领先企业经营分析

##### 4.1 广告行业企业总体发展状况「HJ LT」

##### 4.2 媒体单位领先企业经营分析

###### 4.2.1 中央电视台经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

###### 4.2.2 北京搜狐互联网信息服务有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

###### 4.2.3 深圳报业集团控股公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

###### 4.2.4 湖南电广传媒股份有限公司广告分公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

###### 4.2.5 北京电视台经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

#### 第五章 媒体单位广告投放市场现状与发展趋势

##### 5.1 电视广告投放市场现状与发展趋势

###### 5.1.1 电视广告投放状况分析

(1) 电视广告投放行业分析

(2) 电视广告投放品牌分析

###### 5.1.2 电视广告发展前景分析

(1) 电视广告经营管理前景

(2) 电视广告市场发展前景

(3) 电视广告产品品质前景

##### 5.2 报纸广告投放市场现状与发展趋势

###### 5.2.1 报纸广告市场发展状况

- (1) 报纸广告市场规模分析
- (2) 报纸广告收入构成分析
- (3) 各地区报纸广告收入情况

#### 5.2.2 报纸广告投放情况分析

- (1) 报纸广告投放行业分析
- (2) 主要投放行业报纸广告投放趋势
- (3) 报纸广告投放价值分析

#### 5.2.3 报纸广告发展趋势及应对策略

- (1) 企业广告投放趋势分析
- (2) 报纸广告经营创新分析

图表目录：

图表1 按传播媒介为标准广告行业分类

图表2 按广告目的为标准广告行业分类

图表3 中国广告经营额在gdp中占比情况（单位：亿元，%）

图表4 广告产业链

图表5 2018-2022年广告行业政策动态

图表6 广告行业相关标准准则一览

图表7 2018-2022年工业增加值月度同比增长速度（单位：%）

图表8 2018-2022年广告行业增长速度与居民收入增长速度比较图（单位：%）

图表9 2022年中国人均消费性支出情况（单位：元，%）

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/channel/media/882503.html>