

# 2020-2025年中国媒体广告行业发展潜力分析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《2020-2025年中国媒体广告行业发展潜力分析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/637539.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

媒体广告就是在传统四大媒体（电视、广播、报纸、杂志）及移动应用上做的广告。

其中，PC互联网广告和移动互联网广告是媒体广告中的生力军。

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 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

- (一) 2019年报刊广告总量颓势持续
- (二) 报纸与杂志的位置“此消彼长”
- (三) 报纸的局势：“几家欢喜几家愁”
- (四) 广告行业分布是广告政策与行业发展共同作用的产物

#### 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
  - 一 2018年药品报刊广告情况
  - 二 2019年药品报刊广告情况

#### 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

#### 一、电视广告的特点

#### 二、2019年电视广告市场综述

#### 三、2019年十大受欢迎电视广告

#### 四、楼宇电视广告市场竞争格局

### 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
- 一、2019年户外广告概况
- 二、户外广告十大新趋势
- 三、户外广告异军突起
- 四、户外广告调查报告
- 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) 2019年中国网络媒体发展现状
- (二) 2019年网络媒体发展现状
- (三) 2019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 广东省广告公司

#### 一、公司简介

#### 二、品牌优势

#### 三、专有的代理权限

### 第二节 中国广告联合总公司

#### 一、公司简介

#### 二、服务中心

### 第三节 中视彩虹广告

#### 一、公司简介

#### 二、公司业务范围

#### 三、公司合作伙伴

### 第四节 广州市星际艺术传播有限公司

#### 一、公司简介

#### 二、服务群

### 第五节 cctv广告

#### 一、网络广告形式

#### 二、推荐频道

#### 三、cctv.com优势

### 第六节 歌华有线

#### 一、企业简介

#### 二、企业发展历程

#### 三、公司经营状况

#### 四、主要供应商情况

## 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：2015-2019年报纸与杂志广告刊登额

图表：2015-2019年各类报纸广告刊登额

图表：2015-2019年各类杂志广告刊登额

图表：2015-2019年报纸排名前100位

图表：2015-2019年报刊排名前15行业

图表：2015-2019年时尚类杂志广告品牌前20强

图表：2015-2019年时尚类杂志广告状况

图表：2015-2019年财经类报纸广告行业分布

图表：2015-2019年财经类报纸广告品牌前20强

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/channel/media/637539.html>