2010-2015年广告服务行业
产业运行态势及市场分析预测报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司
www.cction.com

一、报告报价

《2010-2015年广告服务行业产业运行态势及市场分析预测报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：http://www.cction.com/report/201012/57242.html

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司
订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838
海外报告销售: 010-69365838
Email: kefu@gonyn.com
联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

进入二十一世纪以来，随着我国国民经济的高速发展，我国广告服务行业保持了多年高速增长，并随着我国加入WTO。近年来，广告服务行业的出口也形势喜人。2008年，全球金融危机爆发，我国广告服务行业发展也遇到了一些困难，如国内需求下降，出口减少等，广告服务行业普遍出现了经营不景气和利润下降的局面。2009年，随着我国经济刺激计划出台和全球经济走出低谷，我国广告服务行业也逐渐从金融危机的打击中恢复，重新进入良性发展轨道。进入2010年，全球经济复苏的前景面临波折，国内经济结构调整的呼声逐渐升温，贸易保护主义的抬头，广告服务行业中技术含量低的人力密集型企业，缺乏品牌的出口导向型企业面临发展危机，而注重培养品牌和技术创新能力较强的企业将占得先机。广告服务行业企业如何面对新的经济环境和政策环境，制定适合当前形势和自身特点发展策略与竞争策略，是广告服务行业企业在未来两年我国经济结构调整大潮中立于不败之地的关键。本报告也将从宏观和微观环境对我国广告服务行业的发展现状，政策环境、竞争策略，投资前景，市场容量，进出口形势等方面进行全面而权威的分析。

本报告内容严谨、数据翔实，更辅以大量直观的图表帮助广告服务行业企业准确把握行业发展动向、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，以及我中心对广告服务行业的实地调研，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研究分析。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，具有重要的参考价值！

第一章 2010年中国广告服务行业概述及运行环境解析
第一节 行业定义
第二节 2010中国宏观经济环境分析
一、中国GDP增长指数分析
二、中国固定资产投资情况分析
三、中国工业运行情况情况分析
第三节 2010年中国广告服务行业政策环境分析
一、广告服务产业政策分析
二、广告服务行业监管体制分析
第四节 2010年中国广告服务行业社会发展环境分析
第二章 全球广告服务行业发展分析
第一节 全球广告服务行业现状

第二节 2010年全球广告服务竞争格局
第三节 2010-2015年全球广告服务市场趋势预测
第三章 2010年广告服务行业发展特性分析
第一节 广告服务行业进入壁垒
第二节 广告服务行业经营模式
第三节 广告服务行业的区域性特征
第四节 广告服务行业周期性特征
第五节 广告服务行业上下游产业链分析
一、2010年中国广告服务的上游产业发展分析
二、2010年中国广告服务的下游产业发展分析
第四章 2010年广告服务行业供需分析
第一节 广告服务行业供给分析
第二节 广告服务行业需求分析
第三节 广告服务行业进出口分析
第四节 广告服务行业供需平衡分析
第五章 2010年广告服务行业竞争格局分析
第一节 广告服务行业竞争结构分析
一、现有企业间竞争
二、潜在进入者分析
三、替代品威胁分析
四、供应商议价能力
五、客户议价能力
第二节 广告服务行业集中度分析
一、企业集中度分析
二、区域集中度分析
第三节 广告服务行业国际竞争力比较
一、生产要素
二、需求条件
三、支援与相关产业
四、企业战略、结构与竞争状态
五、政府的作用
第四节 广告服务行业SWOT分析

一、广告服务行业存在的优势和机会
二、广告服务行业面临的劣势和威胁
第六章 广告服务行业竞争对手分析
一、企业一
1、企业基本情况分析
2、企业经营情况分析
3、企业竞争优势分析
二、企业二
1、企业基本情况分析
2、企业经营情况分析
3、企业竞争优势分析
三、企业三
1、企业基本情况分析
2、企业经营情况分析
3、企业竞争优势分析
四、企业四
1、企业基本情况分析
2、企业经营情况分析
3、企业竞争优势分析
五、企业五
1、企业基本情况分析
2、企业经营情况分析
3、企业竞争优势分析
六、企业六
1、企业基本情况分析
2、企业经营情况分析
3、企业竞争优势分析
第七章 中国广告服务行业技术发展分析
第一节 中国广告服务行业技术发展概述
第二节 中国广告服务主要技术差距分析
第三节 中国广告服务技术发展趋势分析
第八章 2010-2015年中国广告服务行业发展前景预测分析

第一节 2010-2015年中国广告服务产品发展趋势预测分析
一、广告服务行业市场规模预测
二、广告服务行业发展方向分析
第二节 2010-2015年中国广告服务行业市场发展前景预测分析
一、广告服务供给预测分析
二、广告服务需求预测分析
第九章 2010-2015年中国广告服务行业投资机会与投资风险分析
第一节 2010-2015年中国广告服务产业投资环境分析
第二节 2010-2015年中国广告服务行业投资机会分析
一、广告服务行业吸引力分析
二、广告服务行业区域投资潜力分析
第三节 2010-2015年中国广告服务行业投资风险分析
一、市场竞争风险
二、技术风险
三、政策风险
四、经营管理风险
图表目录（部分）：
图表：2008-2010年中国国内生产总值数据
图表：2008-2010年中国城镇固定资产投资数据
图表：2008-2010年中国工业增加值增长速度
图表：2006-2010年我国城镇居民收入
图表：2006-2010年我国农村居民收入
图表：2010年我国广告服务行业的区域性分布特征
图表：我国广告服务行业的周期性特征
图表：2006—2010年中国广告服务行业产量数据
图表：2010-2015年中国广告服务行业市场容量预测图
图表：2010-2015年中国广告服务行业产量预测

详细请访问：http://www.cction.com/report/201012/57242.html