

2020-2026年中国平面媒体 广告行业分析与市场前景预测报告

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

《2020-2026年中国平面媒体广告行业分析与市场前景预测报告》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/202005/163878.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

当前我国广告市场规模已超 6500 亿元，保持稳定增长。2016 年全国广告经营额达到 6,489 亿元，规模已居世界第二。其中 2012-2016 年全国广告市场 CAGR 为 8.4%，在高基数下保持稳定增长。

广告市场受宏观经济影响较大，经济向好将有力推动行业发展。2011-2012 年 GDP 增长率达 9.5%、7.9%，同期广告行业的全国总经营额同比增长率为 33%、50%，移动互联网等创新经济的崛起，不仅强有力地推动了经济增长，同时也使得用户注意力及广告资源极大丰富化。2013 年起，随着宏观经济步入新常态，以及品牌方在各类广告形式中的调整切换，广告行业增长随同宏观经济步入稳健增长期。

近五年来，广告市场规模占 GDP 比重稳定在 0.9% 左右，表现出与宏观经济的高度相关性。有理由相信，经济的持续向好将有力推动广告行业的发展

全媒体广告刊例花费迎来复苏。2017 年全年全媒体广告刊例花费同比增长 4.3%，在连续两年下跌后有所反弹，国内广告市场整体趋势向好。2017 年全媒体广告刊例花费迎来复苏

中企顾问网发布的《2020-2026 年中国平面媒体广告行业分析与市场前景预测报告》共十四章。首先介绍了中国平面媒体广告行业市场发展环境、平面媒体广告整体运行态势等，接着分析了中国平面媒体广告行业市场运行的现状，然后介绍了平面媒体广告市场竞争格局。随后，报告对平面媒体广告做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国平面媒体广告行业发展趋势与投资预测。您若想对平面媒体广告产业有个系统的了解或者想投资中国平面媒体广告行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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：

第一章平面媒体广告相关概述

第一节 广告业综述

一、广告的分类

二、广告行业结构

第二节 广告的创作

- 一、广告语言的创新手法
- 二、意识形态广告的视觉美学
- 三、现代广告与传统民族文化的融合
- 四、广告的创意

第三节 平面媒体广告简述

- 一、平面媒体广告分类
- 二、平面广告的性质、形式、内容
- 三、平面广告设计

第二章 2016-2019年中国平面媒体广告业运行环境分析

第一节 2016-2019年中国宏观经济环境分析

- 一、国民经济运行情况GDP(季度更新)
- 二、消费价格指数CPI、PPI（按月度更新）
- 三、全国居民收入情况（季度更新）
- 四、恩格尔系数（年度更新）
- 五、工业发展形势（季度更新）
- 六、固定资产投资情况（季度更新）
- 七、社会消费品零售总额
- 八、对外贸易&进出口

第二节 2016-2019年中国平面媒体广告业政策环境分析

- 一、中华人民共和国广告法
- 二、互联网信息服务管理办法
- 三、北京市网络广告管理暂行办法
- 四、浙江省网络广告登记管理暂行办法
- 五、广告管理条例实施细则
- 六、广告经营许可证管理办法
- 七、广告语言文字管理暂行规定
- 八、户外广告登记管理规定
- 九、临时性广告经营管理办法

第三节 其它细分行业平面媒体广告监管政策

- 一、《保健食品广告审查暂行规定》
- 二、农药广告审查办法

三、兽药广告审查办法

四、房地产广告发布暂行规定

第四节 2016-2019年中国平面媒体广告业社会环境分析

第三章 2016-2019年国内外广告业整体运行形势透析

第一节 2016-2019年国际广告业运行状况

- 一、行业呈现多寡头垄断的竞争格局
- 二、拉丁美洲和亚太地区成为广告市场增长最快的地区
- 三、互联网成为增长最快的广告媒体
- 四、全球商业广告行业规模增速放缓
- 五、商业广告行业收益分析
- 六、2016-2019年全球广告支出情况分析
- 七、经济风暴对国际广告行业的冲击

第二节 2016-2019年中国广告行业运行总况2011-2017上半年传统媒体广告刊例花费同比增速

- 一、中国广告业规模跃居世界第二
- 二、三大主流媒体广告收入状况
- 三、我国广告公司数量增速放缓
- 四、外资加速在华新媒体广告业布局
- 五、2016-2019年中国广告行业创意发展分析
- 六、中国广告业属于高增长国家
- 七、中国广告市场的投放额
- 八、近几年中国广告市场花费总额同比分析
- 九、中国广告业面临的机遇与挑战分析

第四章 2016-2019年中国平面媒体广告运行新态势剖析

第一节 中国平面媒体广告发展历程

- 一、恢复和发展时期
- 二、高速发展时期
- 三、稳定发展阶段

第二节 2016-2019年中国平面媒体广告新形势分析

- 一、平面媒体广告市场特点分析
- 二、电视、报纸、杂志、电台和户外媒体广告投放增长率分析2016上半年和2017上半年各类

广告媒体同比增速

三、广告经营生态环境研究

四、2016-2019年平面媒体广告总量颓势持续

五、报纸与杂志的位置“此消彼长”

六、报纸的局势：“几家欢喜几家愁”

第三节 2016-2019年中国媒体广告发展中存在的问题分析

一、广告价格混乱

二、媒体与广告公司间的矛盾

三、监测数据不可信

四、服务上的缺陷

第四节 2016-2019年中国平面媒体广告发展战略分析

一、影响报业广告走势的变量

二、国内报纸广告的创新策略分析

三、提高杂志发行量的策略分析

四、报业广告经营模式和增长方式研究

五、e时代都市报广告的经营策略分析

第五章 2016-2019年中国平面媒体广告主要投放行业市场运行态势分析

第一节 2016-2019年中国平面媒体广告投放区域分析

一、地区广告经营热点纷呈

二、全国各地区广告经营额前五位

三、全国各地区广告经营额的同比变化分析

第二节 2016-2019年中国平面媒体广告投放主要集中行业分析

一、房地产

二、药品

三、食品

四、汽车

五、IT

六、化妆品

七、地板平面媒体广告投放量

第六章 2016-2019年中国重点广告企业运营关键性财务数据分析

第一节 广东九州阳光传媒股份有限公司（002181）

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

五、企业偿债能力分析

四、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第二节 中国经营报

一、中国经营报概况

二、广告结构

三、广告价格表

四、经营状况

第三节 经济观察报

一、经济观察报概况

二、目标读者

三、广告价格表

四、广告营业额状况

第四节 中视传媒股份有限公司（600088）

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

五、企业偿债能力分析

四、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第五节 北京巴士传媒股份有限公司（600386）

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

五、企业偿债能力分析

四、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第六节 湖南电广传媒股份有限公司（000917）

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 五、企业偿债能力分析
- 四、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第七节 陕西广电网络传媒股份有限公司（600831）

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 五、企业偿债能力分析
- 四、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第八节 成都博瑞传播股份有限公司（600880）

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 五、企业偿债能力分析
- 四、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第七章 2020-2026年中国平面媒体广告行业投资战略分析

第一节 2016-2019年中国平面媒体广告行业投资特性

- 一、平面媒体广告经营的生态环境
 - 1、平面媒体广告经营的生态链
 - 2、两个市场、两类消费者
 - 3、平面媒体广告经营的宏观环境

二、广告理念

第二节 2016-2019年中国平面媒体广告行业投资政策解析

- 一、我国广告代理制的特点
- 二、烟草广告的相关政策
- 三、平面媒体广告投资政策利好

第三节 2020-2026年中国平面媒体广告行业投资机会分析

第四节 2020-2026年中国平面媒体广告行业投资风险预警

一、宏观调控政策风险

二、市场竞争风险

三、市场运营机制风险

第五节 投资建议

第八章 2020-2026年中国平面媒体广告行业前景展望

第一节 2020-2026年中国广告行业前景分析

一、中国广告未来发展前景广阔

二、2020-2026年广告发展方向探讨

三、2020-2026年广告市场规模预测

四、2020-2026年广告市场趋势分析

第二节 2020-2026年中国平面媒体广告趋势预测

一、平面媒体广告前景展望

二、平面媒体广告盈利预测分析

图表目录：

图表：2013-2019年中国GDP总量及增长趋势图

图表：2016-2019年中国月度CPI、PPI指数走势图

图表：2013-2019年我国城镇居民可支配收入增长趋势图

图表：2013-2019年我国农村居民人均纯收入增长趋势图

图表：2011-2017中国城乡居民恩格尔系数走势图

图表：2014-2019年我国工业增加值增速统计

图表：2013-2019年我国全社会固定资产投资额走势图（2019年不含农户）

图表：我国近几年存款准备金率调整情况统计表

图表：2013-2019年中国社会消费品零售总额增长趋势图

图表：2013-2019年我国货物进出口总额走势图

图表：2013-2019年中国货物进口总额和出口总额走势图

图表：2016-2019年地板平面媒体广告月度投放量同比分析

图表：2016-2019年报刊广告及经济的增长率情况

图表：2016-2019年报纸与杂志广告刊登额

图表：2016-2019年各类报纸广告刊登额
图表：2016-2019年各类杂志广告刊登额
图表：2016-2019年报纸排名前100位
图表：2016-2019年报刊排名前15行业
图表：中国经营报历年广告营业额
图表：中国经营报历年发行量
图表：中国经营报联系方式
图表：2016-2019年中国经营报商业广告、专项代理广告营业额状况
图表：2016-2019年度中国经营报广告行业结构及市场份额
图表：2016-2019年度中国经营报报纸各规格广告刊登情况
图表：《经济观察报》2016-2019年广告价格表
图表：2016-2019年经济观察报广告营业总额
图表：2016-2019年经济观察报商业广告、专项代理广告营业额状况
图表：2016-2019年度经济观察报广告行业结构及市场份额
图表：2016-2019年度经济观察报各规格广告刊登情况

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202005/163878.html>