

2020-2026年中国报刊广告 行业发展趋势与投资战略咨询报告

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年中国报刊广告行业发展趋势与投资战略咨询报告》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/202009/185792.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

报刊广告是报纸和刊物媒介进行广告宣传的广告形式。之所以称为报刊广告，是因为中国近代报纸和刊物很多是融在一起，报纸和杂志尚未严密区分开来，报刊广告是报纸和初期杂志刊物广告的笼统称谓。

不论地域、阶层，报纸的浩瀚种类及其广大的读者，都为其他媒介所不及。尤其对唤起潜在消费者的购买动机，及对公共关系的作用，报纸成为最适当的媒介。报纸的更新速度快，且大多数是日报，这就要求报纸广告的设计必须具备高效率，电脑辅助报纸广告设计为此提供了最好的解决方法。值得注意的是，目前各个报纸都向彩版发展，且纸张和印刷质量都不断提高。DTP技术已广泛应用于报纸的编辑和出版。这更要求报纸广告的设计制作人员，必须熟练掌握DTP电脑图文制作技术。

中企顾问网发布的《2020-2026年中国报刊广告行业发展趋势与投资战略咨询报告》共十四章。首先介绍了中国报刊广告行业市场发展环境、报刊广告整体运行态势等，接着分析了中国报刊广告行业市场运行的现状，然后介绍了报刊广告市场竞争格局。随后，报告对报刊广告做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国报刊广告行业发展趋势与投资预测。您若想对报刊广告产业有个系统的了解或者想投资中国报刊广告行业，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：

第一章报刊广告行业运行情况

第一节报刊广告行业运行情况

一、行业运行分析

二、行业生产规模分析

三、占GDP的比重

四、分布情况

第二节报刊广告行业供给分析

一、需求变化因素

二、市场投放情况

三、市场变化因素

四、政策变动因素

五、2019年供给预测

第三节报刊广告行业需求分析

一、下游行业的发展

二、产品价格因素

三、产品替代因素

(一)网络广告的主要形式

1、网幅广告(包含Banner、Button、通栏、竖边、巨幅等)

2、文本链接广告

3、电子邮件广告

4、赞助

5、与内容相结合的广告

6、插播式广告(弹出式广告)

7、RichMedia

8、其它新型广告

9、来电付费广告

(二)网络广告未来发展趋势

四、关联行业发展因素

(一)房地产

(二)汽车制造行业

第二章报刊广告行业运行环境分析

第一节国内宏观经济形势分析

一、国民生产总值

二、工业生产与效益

三、固定资产投资

四、对外贸易与利用外资

五、消费与物价

第二节国内宏观调控政策分析

第三节国内报刊广告行业政策分析

一、行业具体政策

二、政策特点与影响

第三章报刊广告行业上游分析

第一节报纸

一、市场需求规模

(一)理性化

(二)多样化

(三)娱乐化

(四)随意化

(五)方便化

(六)本地化

二、北京日报报业集团

第二节杂志

一、市场需求规模

(一)网络时代信息消费方式的诸种变化

(二)杂志应是思想源而不仅仅是信息源

(三)提供经过“调制”的产品以获得预期结论

二、中国妇女杂志社

第三节广告

一、市场需求规模

二、海润国际广告传播机构

第四章报刊广告行业下游分析

第一节报刊亭

一、市场需求规模

二、北京首邮报刊亭有限责任公司

第二节网络销售

一、市场需求规模

二、淘宝网

第五章2019年国内报刊广告行业整体运行状况

第一节报刊广告行业产销分析

第二节报纸广告行业盈利能力分析

第三节报纸广告行业偿债能力分析

第四节报纸广告行业营运能力分析

第五节杂志广告行业盈利能力分析

第六节杂志广告行业偿债能力分析

第七节杂志广告行业营运能力分析

第六章报刊广告行业价格分析

第七章报刊广告市场环境分析

第一节消费者分析

第二节竞争者分析

第八章报刊广告市场营销策略

第一节品牌策略

第二节形象策略

第三节产品策略

第四节定价策略

一、以市场为导向的广告定价策略

二、以需求为导向的广告定价策略

三、以本利为导向的广告定价策略

第五节促销策略

第九章报刊广告行业国际市场运行分析

第一节国际市场概述

第二节报刊广告行业主要国家分析

第十章报刊广告行业重点企业分析

第一节上海广告有限公司

一、企业发展概况

二、公司财务分析

三、公司经营状况

四、发展规划及前景展望

第二节合力昌荣传播机构

一、企业发展概况

二、公司财务分析

三、公司经营状况

四、发展规划及前景展望

第三节三人行广告有限公司

一、企业发展概况

二、公司财务分析

三、公司经营状况

四、发展规划及前景展望

第四节京维传凯普广告传播有限公司

一、企业发展概况

二、公司财务分析

三、公司经营状况

四、发展规划及前景展望

第五节北京国安广告公司

一、企业发展概况

二、公司财务分析

三、公司经营状况

四、发展规划及前景展望

第六节北京泛亚宏智广告有限公司

一、企业发展概况

二、公司财务分析

三、公司经营状况

四、发展规划及前景展望

第七节海润新时代广告有限公司

一、企业发展概况

二、公司财务分析

三、公司经营状况

四、发展规划及前景展望

第八节金鹃国际广告公司

- 一、企业发展概况
- 二、公司财务分析
- 三、公司经营状况
- 四、发展规划及前景展望

第十一章报刊广告行业内部风险分析

- 第一节市场竞争风险分析
- 第二节技术水平风险分析
- 第三节企业竞争风险分析
- 第四节企业政策风险分析

第十二章报刊广告行业外部风险分析

- 第一节宏观经济环境风险分析
- 第二节行业政策环境风险分析
- 第三节关联行业风险分析
 - 一、网络广告的覆盖率低
 - 二、效果评估困难
 - 三、供选择的广告位有限
 - 四、创意的局限性
 - 五、调研数据的匮乏

第十三章SWOT分析

- 第一节优势分析
- 第二节劣势分析
- 第三节机会分析
- 第四节威胁分析

第十四章行业发展趋势预测

- 第一节国内市场预测
 - 一、销售额预测
 - 二、印刷印量预测
 - 三、增长速度预测

第二节三大传统媒介广告市场预测

图表目录：

图表1：2019年报刊广告行业在GDP中所占的地位

图表2：全国三大经济圈及城市

图表3：2019年重点行业报刊广告投放情况

图表4：2015-2019年工业企业增加值月度同比增长率(%)

图表5：2015-2019年固定资产投资完成额月度累计同比增长率(%)

图表6：2015-2019年出口总额月度同比增长率与进口总额月度同比增长率(%)

图表7：2015-2019年居民消费价格指数(上年同月=100)

图表8：2015-2019年我国报纸印刷总印量及增长对比图

图表9：2019年平面媒体广告总量杂志前10强

图表10：2011-2019年我国三大传统媒介(电视、报纸、杂志)的广告市场收益总额及增长对比图

图表11：2015-2019年我国报纸广告销售额及增长对比图

图表12：2015-2019年我国杂志广告销售额及增长对比图

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202009/185792.html>