

2020-2026年中国报纸分类 广告市场评估与投资可行性报告

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年中国报纸分类广告市场评估与投资可行性报告》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/202009/187762.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

报纸广告（newspaper advertising）是指刊登在报纸上的广告。报纸是一种印刷媒介（print-medium）。它的特点是发行频率高、发行量大、信息传递快，因此报纸广告可及时广泛发布。

中企顾问网发布的《2020-2026年中国报纸分类广告市场评估与投资可行性报告》共十七章。首先介绍了报纸分类广告相关概念及发展环境，接着分析了中国报纸分类广告规模及消费需求，然后对中国报纸分类广告市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国报纸分类广告面临的机遇及发展前景。您若想对中国报纸分类广告有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将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：

第一部分 发展现状与前景分析

第一章 全球报纸分类广告行业发展分析

第一节 国际广告行业发展状况

一、2015-2019年全球广告经营状况

二、2019年世界广告业排名状况分析

三、2019年世界广告业发展状况

第二节 世界报纸分类广告行业市场情况

一、2019年世界报纸分类广告产业发展现状

二、2019年国际报纸分类广告产业发展态势

三、2019年国际报纸分类广告市场需求分析

四、2019年全球报纸分类广告行业挑战与机会

第三节 部分国家地区报纸分类广告行业发展状况

一、2015-2019年美国报纸分类广告行业发展分析

二、2015-2019年欧洲报纸分类广告行业发展分析

三、2015-2019年日本报纸分类广告行业发展分析

四、2015-2019年韩国报纸分类广告行业发展分析

第二章 我国报纸分类广告行业发展现状

第一节 中国报纸分类广告行业发展概述

- 一、中国报纸分类广告发展历程
- 二、中国报纸分类广告的产品类别
- 三、中国的报纸分类广告产业的整合分析
- 四、跨行业合作形势下报纸分类广告的优势

第二节 我国报纸分类广告行业发展状况

- 一、2019年中国报纸分类广告行业发展回顾
- 二、2019年报纸分类广告行业发展情况分析
- 三、2019年我国报纸分类广告市场特点分析
- 四、2019年我国报纸分类广告市场发展分析

第三节 中国报纸分类广告行业供需分析

- 一、2019年中国报纸分类广告市场供给总量分析
- 二、2019年中国报纸分类广告市场供给结构分析
- 三、2019年中国报纸分类广告市场需求总量分析
- 四、2019年中国报纸分类广告市场需求结构分析
- 五、2019年中国报纸分类广告市场供需平衡分析

第三章 中国报纸分类广告受众及投放分析

第一节 报纸分类广告的投放原因及特点

- 一、投放报纸分类广告的原因
- 二、报纸分类广告在广告媒体中的地位
- 三、报纸分类广告接受度情况分析
- 四、制约报纸分类广告发展的瓶颈

第二节 报纸分类广告受众分析

- 一、受众接触报纸分类广告的黄金时间
- 二、受众最感兴趣的广告形式
- 三、受众最感兴趣的广告内容

第三节 影响报纸分类广告投放的要素分析

- 一、影响报纸分类广告投放宏观因素分析
- 二、创意是吸引受众的最重要的要素

三、媒体组合能提高报纸分类广告可信度

四、消费热点决定记忆程度

第四章 报纸分类广告主要形式发展分析

第一节 文案广告市场分析

一、文案广告的介绍

二、文案广告的优势

三、文案广告的关注度

四、2015-2019年文案广告发展分析

第二节 插图广告市场分析

一、插图广告的介绍

二、插图广告的优势

三、插图广告的关注度

四、2015-2019年插图广告发展分析

第三节 摄影广告发展分析

一、摄影广告的介绍

二、摄影广告的优势

三、摄影广告的关注度

四、2015-2019年摄影广告发展分析

第四节 装饰广告发展分析

一、装饰广告的介绍

二、装饰广告的优势

三、装饰广告的关注度

四、2015-2019年装饰广告发展分析

第五节 构成形式广告发展分析

一、构成形式广告的介绍

二、构成形式广告的优势

三、构成形式广告的关注度

四、2015-2019年构成形式广告发展分析

第五章 中国报纸分类广告主分析

第一节 我国报纸分类广告主分布情况

一、2015-2019年报纸分类广告主数量情况分析

二、2015-2019年报纸分类广告主投放费用分析

三、2015-2019年报纸分类广告主区域分布情况

第二节 细分行业报纸分类广告投放分析

一、2015-2019年交通汽车类广告主报纸分类广告投放分析

二、2015-2019年IT产品类广告主报纸分类广告投放分析

三、2015-2019年房产类广告主报纸分类广告投放分析

四、2015-2019年网络服务类广告主报纸分类广告投放分析

五、2015-2019年通讯服务类广告主报纸分类广告投放分析

第六章 中国报纸分类广告行业区域市场分析

第一节 2019年华北地区报纸分类广告行业分析

一、2015-2019年行业发展现状分析

二、2015-2019年市场规模情况分析

三、2020-2026年市场需求情况分析

四、2020-2026年行业发展前景预测

五、2020-2026年行业投资风险预测

第二节 2019年东北地区报纸分类广告行业分析

一、2015-2019年行业发展现状分析

二、2015-2019年市场规模情况分析

三、2020-2026年市场需求情况分析

四、2020-2026年行业发展前景预测

五、2020-2026年行业投资风险预测

第三节 2019年华东地区报纸分类广告行业分析

一、2015-2019年行业发展现状分析

二、2015-2019年市场规模情况分析

三、2020-2026年市场需求情况分析

四、2020-2026年行业发展前景预测

五、2020-2026年行业投资风险预测

第四节 2019年华南地区报纸分类广告行业分析

一、2015-2019年行业发展现状分析

二、2015-2019年市场规模情况分析

三、2020-2026年市场需求情况分析

四、2020-2026年行业发展前景预测

五、2020-2026年行业投资风险预测

第五节 2019年华中地区报纸分类广告行业分析

一、2015-2019年行业发展现状分析

二、2015-2019年市场规模情况分析

三、2020-2026年市场需求情况分析

四、2020-2026年行业发展前景预测

五、2020-2026年行业投资风险预测

第七章 报纸分类广告行业投资与发展前景分析

第一节 2019年报纸分类广告行业投资情况分析

一、2019年总体投资结构

二、2019年投资规模情况

三、2019年投资增速情况

四、2019年分行业投资分析

五、2019年分地区投资分析

第二节 报纸分类广告行业投资机会分析

一、报纸分类广告投资项目分析

二、可以投资的报纸分类广告模式

三、2019年报纸分类广告投资机会

四、2019年报纸分类广告细分行业投资机会

五、2019年报纸分类广告投资新方向

第三节 报纸分类广告行业发展前景分析

一、报纸分类广告市场发展前景分析

二、我国报纸分类广告市场蕴藏的商机

三、媒体竞合下报纸分类广告市场的发展前景

四、2020-2026年报纸分类广告市场面临的发展商机

第二部分 市场竞争格局与形势

第八章 报纸分类广告行业竞争格局分析

第一节 报纸分类广告行业集中度分析

一、报纸分类广告市场集中度分析

二、报纸分类广告企业集中度分析

三、报纸分类广告区域集中度分析

第二节 报纸分类广告行业主要企业竞争力分析

一、重点企业资产总计对比分析

二、重点企业从业人员对比分析

三、重点企业全年营业收入对比分析

四、重点企业利润总额对比分析

五、重点企业综合竞争力对比分析

第三节 报纸分类广告行业竞争格局分析

一、2019年报纸分类广告行业竞争分析

二、2019年中外报纸分类广告产品竞争分析

三、2015-2019年国内外报纸分类广告竞争分析

四、2015-2019年我国报纸分类广告市场竞争分析

五、2015-2019年我国报纸分类广告市场集中度分析

六、2020-2026年国内主要报纸分类广告企业动向

第九章 2015-2019年中国报纸分类广告行业发展形势分析

第一节 报纸分类广告行业发展概况

一、报纸分类广告行业发展特点分析

二、报纸分类广告行业投资现状分析

三、报纸分类广告行业总产值分析

四、报纸分类广告行业技术发展分析

第二节 2015-2019年报纸分类广告行业市场情况分析

一、报纸分类广告行业市场发展分析

二、报纸分类广告市场存在的问题

三、报纸分类广告市场规模分析

第三节 2015-2019年报纸分类广告供需状况分析

一、报纸分类广告供给分析

二、报纸分类广告需求分析

三、报纸分类广告市场供需状况分析

第三部分 赢利水平与企业分析

第十章 中国报纸分类广告所属行业整体运行指标分析

第一节 2019年中国报纸分类广告所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业生产规模分析

第二节 2019年中国报纸分类广告所属行业产销分析

一、行业生产情况总体分析

二、行业销售收入总体分析

第三节 2019年中国报纸分类广告所属行业财务指标总体分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第十一章 报纸分类广告行业赢利水平分析

第一节 成本分析

一、2015-2019年报纸分类广告成本价格走势

二、2015-2019年报纸分类广告行业人工成本分析

第二节 盈利水平分析

一、2015-2019年报纸分类广告行业价格走势

二、2015-2019年报纸分类广告行业营业收入情况

三、2015-2019年报纸分类广告行业毛利率情况

四、2015-2019年报纸分类广告行业赢利能力

五、2015-2019年报纸分类广告行业赢利水平

六、2020-2026年报纸分类广告行业赢利预测

第十二章 报纸分类广告所属行业盈利能力分析

第一节 2019年中国报纸分类广告所属行业利润总额分析

一、利润总额分析

二、不同规模企业利润总额比较分析

三、不同所有制企业利润总额比较分析

第二节 2019年中国报纸分类广告所属行业销售利润率

一、销售利润率分析

二、不同规模企业销售利润率比较分析

三、不同所有制企业销售利润率比较分析

第三节 2019年中国报纸分类广告所属行业总资产利润率分析

一、总资产利润率分析

二、不同规模企业总资产利润率比较分析

三、不同所有制企业总资产利润率比较分析

第四节 2019年中国报纸分类广告所属行业产值利税率分析

一、产值利税率分析

二、不同规模企业产值利税率比较分析

三、不同所有制企业产值利税率比较分析

第十三章 报纸分类广告重点企业发展分析

第一节 财经类报纸

一、21世纪经济报道

（一）基本情况介绍

（二）报纸经营情况分析

（三）报纸分类广告价格分析

（四）报纸读者人群分析

（五）报纸分类广告发行分析

二、第一财经日报

（一）基本情况介绍

（二）创新区域合作模式

（三）报纸分类广告价格分析

（四）报纸读者及内容定位

（五）报纸分类广告发行分析

三、经济观察报

（一）基本情况介绍

（二）报纸营销策略分析

（三）报纸分类广告价格分析

（四）报纸读者人群分析

（五）报纸分类广告价值分析

四、中国经营报

- (一) 基本情况介绍
- (二) 报纸分类广告价格分析
- (三) 报纸读者人群分析
- (四) 报社行业专版信息
- (五) 报纸分类广告发行分析

五、理财周报

- (一) 基本情况介绍
- (二) 报纸版块内容分析
- (三) 报纸分类广告价格分析
- (四) 报纸读者人群分析
- (五) 报纸分类广告发行分析

第二节 都市类报纸

一、广州日报

- (一) 公司基本情况
- (二) 报刊发行方式分析
- (三) 报刊广告关注分析
- (四) 报刊读者特征分析
- (五) 报刊广告价格分析

二、南方都市报

- (一) 公司基本情况
- (二) 报刊版面发行分析
- (三) 报刊广告关注分析
- (四) 报刊读者特征分析
- (五) 报刊广告价格分析

三、北京青年报

- (一) 公司基本情况
- (二) 报刊广告分类情况
- (三) 报刊读者特征分析
- (四) 报刊广告价格分析

四、扬子晚报

- (一) 公司基本情况

(二) 报刊营销策略分析

(三) 报刊读者特征分析

(四) 报刊广告价格分析

(五) 报刊广告价格分析

五、新闻晨报

(一) 公司基本情况

(二) 报刊版面发行分析

(三) 报刊读者特征分析

(四) 报刊广告价格分析

(五) 报刊广告价格分析

第四部分 投资策略与风险预警

第十四章 报纸分类广告行业投资策略分析

第一节 行业发展特征

一、行业的周期性

二、行业的区域性

三、行业的上下游

四、行业经营模式

第二节 行业投资形势分析

一、行业发展格局

二、行业进入壁垒

三、行业SWOT分析

四、行业五力模型分析

第三节 报纸分类广告行业投资效益分析

一、2019年报纸分类广告行业投资状况分析

二、2019年报纸分类广告行业投资效益分析

三、2020-2026年报纸分类广告行业投资方向

四、2020-2026年报纸分类广告行业投资建议

第四节 报纸分类广告行业投资策略研究

一、2019年报纸分类广告行业投资策略

二、2019年报纸分类广告行业投资策略

三、2020-2026年报纸分类广告行业投资策略

四、2020-2026年报纸分类广告细分行业投资策略

第十五章 报纸分类广告行业投资风险预警

第一节 影响报纸分类广告行业发展的主要因素

- 一、2019年影响报纸分类广告行业运行的有利因素
- 二、2019年影响报纸分类广告行业运行的稳定因素
- 三、2019年影响报纸分类广告行业运行的不利因素
- 四、2019年我国报纸分类广告行业发展面临的挑战
- 五、2019年我国报纸分类广告行业发展面临的机遇

第二节 报纸分类广告行业投资风险预警

- 一、2020-2026年报纸分类广告行业市场风险预测
- 二、2020-2026年报纸分类广告行业政策风险预测
- 三、2020-2026年报纸分类广告行业经营风险预测
- 四、2020-2026年报纸分类广告行业技术风险预测
- 五、2020-2026年报纸分类广告行业竞争风险预测
- 六、2020-2026年报纸分类广告行业其他风险预测

第五部分 发展趋势与规划建议

第十六章 报纸分类广告行业发展趋势分析

第一节 2020-2026年中国报纸分类广告市场趋势分析

- 一、2015-2019年我国报纸分类广告市场趋势总结
- 二、2020-2026年我国报纸分类广告发展趋势分析

第二节 2020-2026年报纸分类广告产品发展趋势分析

- 一、2020-2026年报纸分类广告产品技术趋势分析
- 二、2020-2026年报纸分类广告产品价格趋势分析

第三节 2020-2026年中国报纸分类广告行业供需预测

- 一、2015-2019年中国报纸分类广告供给预测
- 二、2020-2026年中国报纸分类广告需求预测
- 三、2020-2026年中国报纸分类广告价格预测

第四节 2020-2026年报纸分类广告行业规划建议

- 一、报纸分类广告行业“十三五”整体规划
- 二、2020-2026年报纸分类广告行业规划建议

第十七章 企业管理策略建议

第一节 市场策略分析

一、报纸分类广告价格策略分析

二、报纸分类广告渠道策略分析

第二节 销售策略分析

一、媒介选择策略分析

二、产品定位策略分析

三、企业宣传策略分析

第三节 提高报纸分类广告企业竞争力的策略

一、提高中国报纸分类广告企业核心竞争力的对策

二、报纸分类广告企业提升竞争力的主要方向

三、影响报纸分类广告企业核心竞争力的因素及提升途径

四、提高报纸分类广告企业竞争力的策略

第四节 对我国报纸分类广告品牌的战略思考

一、报纸分类广告实施品牌战略的意义

二、报纸分类广告企业品牌的现状分析

三、我国报纸分类广告企业的品牌战略

四、报纸分类广告品牌战略管理的策略

图表目录

图表：报纸分类广告产业链分析

图表：报纸分类广告行业生命周期

图表：2015-2019年中国报纸分类广告行业市场规模

图表：2015-2019年全球报纸分类广告产业市场规模

图表：2015-2019年报纸分类广告重要数据指标比较

图表：2015-2019年中国报纸分类广告行业销售情况分析

图表：2015-2019年中国报纸分类广告行业利润情况分析

图表：2015-2019年中国报纸分类广告行业资产情况分析

图表：2015-2019年中国报纸分类广告竞争力分析

图表：2020-2026年中国报纸分类广告市场前景预测

图表：2020-2026年中国报纸分类广告市场价格走势预测

图表：2020-2026年中国报纸分类广告发展前景预测

图表：2019年全球四大报纸分类广告集团市场份额

图表：2015-2019年间全球10大报纸分类广告支出国的市场份额增长速度

图表：2019年美国各类报纸分类广告收入比例

图表：中国历年主要行业报纸分类广告支出

图表：2019年全球报纸分类广告公司收入排名

图表：2015-2019年美国报纸分类广告市场规模增长趋势图

图表：2015-2019年美国报纸分类广告市场规模及预测

图表：2015-2019年日本主要媒体报纸分类广告市场规模

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202009/187762.html>