

# 2021-2027年中国媒体广告 产业发展现状与投资前景评估报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2021-2027年中国媒体广告产业发展现状与投资前景评估报告》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/202102/205854.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

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。

中企顾问网发布的《2021-2027年中国媒体广告产业发展现状与投资前景评估报告》共六章。首先介绍了媒体广告相关概念及发展环境，接着分析了中国媒体广告规模及消费需求，然后对中国媒体广告市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国媒体广告面临的机遇及发展前景。您若想对中国媒体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 2017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 广州市星际文化传播有限公司

#### 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：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：2016-2019年时尚类杂志广告品牌前20强

图表：2016-2019年时尚类杂志广告状况

图表：2016-2019年财经类报纸广告行业分布

图表：2016-2019年财经类报纸广告品牌前20强

图表：2016-2019年财经类报纸广告媒体前20强

图表：2016-2019年财经类杂志广告品牌前20强

图表：2016-2019年财经类杂志广告状况

图表：2016-2019年it类杂志广告品牌前20强

图表：2016-2019年it类杂志广告状况

图表：2016-2019年it类杂志广告投放前十名

图表：2016-2019年平面媒体广告总量及累计对比

图表：2016-2019年平面媒体广告版数总量及累计对比

图表：2016-2019年平面媒体广告总量报纸区域分布

更多图表见正文&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202102/205854.html>