2013-2017年中国报纸广告行业市场前瞻与投资机会分析报告

目 录

CONTENTS

第1章：广告行业发展综述
1.1 广告行业概述
1.1.1 广告的定义
1.1.2 广告的分类
（1）根据传播媒介分类
（2）根据广告目的分类
（3）根据广告传播范围分类
（4）根据广告传播对象分类
1.1.3 广告的特点与本质
（1）广告的特点
（2）广告的本质
1.1.4 广告行业的地位及作用
（1）广告业在国民经济中的地位
（2）广告业对商业的影响
（3）广告业对消费者的影响
（4）广告业对大众传媒的影响
1.2 广告行业产业链分析
1.2.1 广告行业产业链结构分析
（1）广告产业链介绍
（2）广告产业链结构分析
1.2.2 广告行业产业链分析
（1）广告公司
（2）广告主
（3）媒体
1.3 报告研究单位与研究方法
1.3.1 研究单位介绍
1.3.2 研究方法概述
第2章：广告行业发展环境分析
2.1 行业管理规范
2.1.1 行业监管部门
2.1.2 行业相关法律
2.1.3 行业相关标准
2.2 经济环境分析
2.2.1 工业经济增长
2.2.2 社会消费品零售总额增长
2.3 消费环境分析
2.3.1 居民可支配收入
2.3.2 居民消费结构分析
2.3.3 居民消费信心分析
第3章：中国广告行业市场研究与机遇
3.1 中国广告行业市场分析
3.1.1 广告行业市场状况概述
（1）综合情况
（2）各媒体广告市场状况
（3）消费者媒体接触行为
3.1.2 广告行业市场规模分析
（1）广告业经营状况
（2）媒体广告经营情况
（3）广告公司经营情况
（4）省市广告经营情况
3.1.3 广告行业市场竞争分析

（1）专业广告公司与媒体企业间的竞争
（2）本土广告公司与跨国广告公司竞争
（3）广告公司区域市场之间的竞争分析
3.2 中国广告业的挑战与机遇
3.2.1 广告行业发展的挑战
（1）广告对受众传播效果趋于弱化
（2）广告在媒介盈利模式中地位下降
（3）网络弊端成广告安全传播的威胁
3.2.2 广告行业发展的机遇
（1）广告跨媒介转换实现更便捷
（2）广告传播效率大幅度提高
（3）广告商角色和盈利发生重大转变
第4章：报纸广告市场发展状况与前景分析
4.1 报纸发展状况分析
4.1.1 中国报纸出版种数情况
4.1.2 中国报纸总印数情况
4.1.3 各类报纸零售市场情况
4.1.4 各类报纸发行量情况
4.1.5 各类报纸城市覆盖率情况
4.1.6 报业市场区域发展状况
4.1.7 报纸市场竞争情况
4.2 报纸广告市场发展状况
4.2.1 报纸广告市场规模分析
4.2.2 报纸广告收入构成分析
4.2.3 各地区报纸广告收入情况
4.3 报纸广告投放情况分析
4.3.1 报纸广告投放行业分析
4.3.2 广告投放行业广告花费分析
4.3.3 广告投放企业投放额分析
4.3.4 主要投放行业报纸广告投放趋势
4.3.5 报纸广告投放价值分析
4.4 报纸广告传播效果影响因素分析
4.4.1 传播主体因素
4.4.2 媒介因素
4.4.3 广告内容因素
4.4.4 广告位置因素
4.4.5 受众因素
4.5 报纸广告发展趋势及应对策略
4.5.1 企业广告投放趋势分析
4.5.2 报纸广告经营创新分析
第5章：广告行业投资分析与前景预测
5.1 广告行业投资分析
5.1.1 广告行业进入壁垒分析
（1）资金壁垒
（2）人才壁垒
（3）品牌壁垒
5.1.2 广告行业经营模式分析
5.1.3 广告行业投资风险分析
（1）行业政策风险
（2）行业人才风险
（3）行业市场风险
5.1.4 广告行业投资并购分析
5.2 广告行业前景预测
5.2.1 广告行业发展趋势分析
（1）广告与营销一体化
（2）集团化与专业化发展
（3）本土与国际接轨
（4）媒体投放效果可测性要求提高
5.2.2 广告行业发展前景预测

5.3 广告行业投资建议
5.3.1 广告行业投资机会分析
5.3.2 广告行业投资建议
（1）投资方式建议
（2）投资方向建议

图表目录

图表1：按传播媒介为标准广告行业分类
图表2：按广告目的为标准广告行业分类
图表3：中国广告经营额在GDP中占比情况（单位：亿元，%）
图表4：广告产业链
图表5：2012年以来广告行业政策动态
图表6：广告行业相关标准准则一览
图表7：2008-2012年工业增加值月度同比增长速度（单位：%）
图表8：2008-2012年中国社会消费品零售总额月度情况（单位：亿元）
图表9：2007-2012年广告行业增长速度与居民收入增长速度比较图（单位：%）
图表10：2012年中国人均消费性支出情况（单位：元，%）
图表11：2012年中国人均消费性支出结构（单位：%）
图表12：2011-2012年消费者预期指数、满意指数和信心指数表
图表13：2007-2012年中国广告市场规模及增长率（单位：亿元，%）
图表14：2012年上半年中国各媒体广告增幅情况（单位：%）
图表15：2010&2011年中国广告业经营情况（单位：户，%，万元）
图表16：2012年中国各种媒体广告增长情况（单位：%）
图表17：2012年全国广告经营额最高的20个省市（单位：户，人，%，万元）
图表18：2004-2012年中国报纸出版种数变化（单位：种）
图表19：2012年中国报纸印张数比例结构（单位：%）
图表20：2004-2012年中国报纸总印数变化（单位：亿份）
图表21：2012年中国报纸总印数比例结构（单位：%）
图表22：2009-2012年中国主要类别报纸零售发行市场份额变化趋势（单位：%）
图表23：2012年全国各类报纸零售发行市场态势（单位：%）
图表24：2012年世界付费日报发行量前100名中的中国报纸（单位：万份）
图表25：2003-2012年世界日报发行量前100名中的中国报纸数量（单位：%）
图表26：2012年中国各类报纸各类城市覆盖率、实销率对比（单位：%）
图表27：2012年北京、沈阳报纸发行市场零售指标对比（单位：%）
图表28：2012年上海、杭州、南京报纸发行市场零售指标对比（单位：%）
图表29：2012年广州、深圳报纸发行市场零售指标对比（单位：%）
图表30：2012年武汉、郑州报纸发行市场零售指标对比（单位：%）
图表31：2012年成都、重庆报纸发行市场零售指标对比（单位：%）
图表32：2012年时政类报纸发行市场销售零售指标对比（单位：%）
图表33：近年生活服务类周报平均销量变化（单位：万份）
图表34：2009-2012年财经类报纸整体平均销量变化趋势（单位：万份）
图表35：近年IT类报纸市场份额对比（单位：%）
图表36：2011-2012年中国报纸媒体广告花费（单位：亿元）
图表37：2012年中国报纸广告增量行业贡献率（单位：%）
图表38：2010-2012年中国各地区报纸广告增长情况（单位：万元，%）
图表39：2010-2012年报纸主要行业广告增长趋势（单位：万元，%）
图表40：2012年广告投放行业广告花费排行榜前五位（单位：%）
图表41：2012年广告市场花费前十位广告主（单位：%）
图表42：2010-2012年房地产行业广告月度投放趋势（单位：万元，%）
图表43：近年汽车广告投放趋势（单位：万元，%）
图表44：2010-2012年商业零售业报纸广告月度变动趋势（单位：万元，%）
图表45：2010-2012年娱乐及休闲业报纸广告月度变动趋势（单位：万元，%）
图表46：2010-2012年全国都市报30强
图表47：2010-2012年全国晚报20强
图表48：2010-2012年省级日报10强

图表49：2010-2012年城市日报10强
图表50：2010-2012年全国综合专业报10强
图表51：2010-2012年城市日报10强
图表52：广告行业经营模式
图表53：宏盟集团中国大陆市场并购情况一览表
图表54：WPP集团中国大陆市场并购情况一览表
图表55：阳狮集团中国大陆市场并购情况一览表
图表56：广告行业投资事件一览（部分）
图表57：2012-2016年广告业市场规模及增长率预测（单位：亿元，%）
图表58：传媒行业指数-政策图

如需了解报告详细内容，请直接致电前瞻客服中心。

全国免费服务热线：400-068-7188 0755-82925195 82925295 83586158

或发电子邮件：service@qianzhan.com

或登录网站：https://bg.qianzhan.com/

我们会竭诚为您服务！