

2013-2017年中国期刊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：期刊广告市场发展状况与前景分析

4.1 期刊发展状况分析

- 4.1.1 中国期刊种数情况
- 4.1.2 中国期刊进出口分析
- 4.1.3 中国期刊产品结构分析
- 4.1.4 中国期刊销售情况分析
- 4.1.5 期刊销量区域市场分析
- 4.1.6 各类期刊发行情况分析

4.2 期刊广告市场发展状况

- 4.2.1 期刊广告市场规模分析
- 4.2.2 各类期刊广告投放情况
- 4.2.3 主要期刊广告投放分布
- 4.2.4 主要期刊广告收入构成分析
- 4.2.5 期刊广告市场集中度分析

4.3 期刊广告投放情况分析

- 4.3.1 期刊广告投放行业分析
- 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 期刊广告投放主分析
- 4.3.5 期刊广告投放品牌分析
- 4.3.6 期刊广告规格投放情况

4.4 期刊广告市场发展趋势分析

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: 1978-2012年我国期刊种数 (单位: 种, %)
图表19: 2000-2008年我国期刊进口数量 (单位: 万册、份, %)
图表20: 2000-2007年我国期刊出口数量 (单位: 万册、份, %)
图表21: 2000-2008年我国期刊进出口数量对比 (单位: 万册、份)
图表22: 2012年期刊产品结构 (单位: %)
图表23: 2007-2012年我国期刊业总产值 (单位: 亿元, %)
图表24: 2009-2012年我国期刊业利润总额 (单位: 亿元, %)
图表25: 全国女性高码洋时尚类期刊零售市场发展现状 (单位: %)
图表26: 2009-2012年女性高码洋时尚类期刊发行趋势变化 (单位: 份/摊)
图表27: 2012年下半年时尚女性综合类期刊市场份额对比图 (单位: %)
图表28: 2010-2012年男性时尚类期刊整体平均销量对比图 (单位: 份/摊)
图表29: 2010-2012年财经类期刊市场份额对比图 (单位: %)
图表30: 2011-2012年中国杂志媒体广告花费 (单位: 亿元)
图表31: 2012年各类期刊广告投放情况
图表32: 2012年服饰美容类杂志广告投放TOP5 (单位: 万元)
图表33: 广告投放前5位期刊各自TOP10投放品类 (单位: %)
图表34: 2012年期刊广告行业集中度 (单位: %)
图表35: 期刊广告投放行业前二十位
图表36: 2012年广告投放行业广告花费排行榜前五位 (单位: %)
图表37: 2012年广告市场花费前十位广告主 (单位: %)
图表38: 2012年电子电脑类杂志广告主前五位 (单位: 万元, %)
图表39: 2012年经管类杂志广告主前五位 (单位: 万元, %)
图表40: 2012年汽车类杂志广告主前五位 (单位: 万元, %)
图表41: 2012年时尚类杂志广告主前五位 (单位: 万元, %)
图表42: 2012年期刊广告投放TOP20品牌
图表43: 广告行业经营模式
图表44: 宏盟集团中国大陆市场并购情况一览表
图表45: WPP集团中国大陆市场并购情况一览表
图表46: 阳狮集团中国大陆市场并购情况一览表
图表47: 广告行业投资事件一览 (部分)
图表48: 2012-2016年广告业市场规模及增长率预测 (单位: 亿元, %)
图表49: 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！