

## 2013-2017年中国电视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：电视广告市场发展状况与前景分析

### 4.1 电视产业发展概况分析

- 4.1.1 中国电视台数量情况
- 4.1.2 中国电视人口覆盖情况
- 4.1.3 中国电视用户数量情况
- 4.1.4 中国电视收视情况分析
  - (1) 收视量变化趋势
  - (2) 收视量观众特征
  - (3) 收视量频道分布
  - (4) 收视量时段分布
  - (5) 收视量周天特征
- 4.1.5 中国电视受众偏好分析

### 4.2 电视广告市场发展状况

- 4.2.1 电视广告投放额发展分析
- 4.2.2 各类频道广告投放额情况
- 4.2.3 电视广告区域市场分析
- 4.2.4 电视广告市场竞争分析

### 4.3 电视广告投放状况分析

- 4.3.1 电视广告投放行业分析
- 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 电视广告投放品牌分析

### 4.4 电视广告发展前景分析

- 4.4.1 电视广告经营管理前景
- 4.4.2 电视广告市场发展前景
- 4.4.3 电视广告产品品质前景

## 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: 2002-2012年中国电视台数量 (单位: 座)
- 图表19: 2004-2012年中国电视综合人口覆盖率及变化 (单位: %)
- 图表20: 2004-2012年中国有线电视用户数量及变化 (单位: 万户, %)
- 图表21: 2004-2012年中国数字电视用户数量及变化 (单位: 亿, %)
- 图表22: 2002-2012年观众人均每日收视时间 (历年所有调查城市) (单位: 分钟)
- 图表23: 2007-2012年不同年龄段观众人均每日收视时间 (历年所有调查城市) (单位: 分钟)
- 图表24: 2012年电视观众构成与集中度 (单位: %)
- 图表25: 2007-2012年各级电视频道人均日收视时长 (历年所有调查城市) (单位: 分钟)
- 图表26: 2012年不同周天各年龄段观众全天主要时段收视率 (所有调查城市) (单位: %)
- 图表27: 2012年各级频道不同性别观众市场份额 (所有调查城市) (单位: %)
- 图表28: 2012年各级频道不同年龄观众市场份额 (所有调查城市) (单位: %)
- 图表29: 2012年各级频道不同学历观众市场份额 (所有调查城市) (单位: %)
- 图表30: 2008-2012年中国电视广告投放额 (单位: 亿元)
- 图表31: 2010&2011年全国各级频道的广告投放额 (单位: 亿元)
- 图表32: 2010&2011年广告投放额排名前10位的省级卫视频道 (单位: 亿元)
- 图表33: 2010&2011年广告投放额排名前10位的省会城市电视台 (单位: 亿元)
- 图表34: 2010&2011年各类电视频道广告投放额所占比重及变化 (单位: %)
- 图表35: 2010&2011年中央电视台广告投放额前五位的行业 (单位: 亿元, %)
- 图表36: 2010&2011年省级卫视广告投放额前五位的行业 (单位: 亿元, %)
- 图表37: 2012年广告投放行业广告花费排行榜前五位 (单位: %)
- 图表38: 2012年广告市场花费前十位广告主 (单位: %)
- 图表39: 2010&2011年中央电视台广告投放额前5位的品牌 (单位: 亿元, %)
- 图表40: 2010&2011年省级卫视广告投放额前5位的品牌 (单位: 亿元, %)
- 图表41: 广告行业经营模式
- 图表42: 宏盟集团中国大陆市场并购情况一览表
- 图表43: WPP集团中国大陆市场并购情况一览表
- 图表44: 阳狮集团中国大陆市场并购情况一览表
- 图表45: 广告行业投资事件一览 (部分)
- 图表46: 2012-2016年广告业市场规模及增长率预测 (单位: 亿元, %)
- 图表47: 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](mailto:service@qianzhan.com)

或登录网站：<https://bg.qianzhan.com/>

我们会竭诚为您服务！