

2023-2029年中国媒体单位 广告市场深度分析与投资前景预测报告

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

《2023-2029年中国媒体单位广告市场深度分析与投资前景预测报告》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/202308/391015.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

中企顾问网发布的《2023-2029年中国媒体单位广告市场深度分析与投资前景预测报告》共五章。首先介绍了媒体单位广告行业市场发展环境、媒体单位广告整体运行态势等，接着分析了媒体单位广告行业市场运行的现状，然后介绍了媒体单位广告市场竞争格局。随后，报告对媒体单位广告做了重点企业经营状况分析，最后分析了媒体单位广告行业发展趋势与投资预测。您若想对媒体单位广告产业有个系统的了解或者想投资媒体单位广告行业，本报告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：广告行业市场发展分析

3.1 中国广告行业历程及现状分析

3.1.1 中国广告行业发展历程

(1) 恢复发展时期

(2) 初步发展时期

(3) 高速发展时期

(4) 发展完善时期

3.1.2 中国广告行业发展现状

(1) 广告业整体增长平稳

- (2) 广告业发展不均衡性突出
- (3) 跨国广告集团大举进入我国市场

3.2 中国广告行业市场分析

3.2.1 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

3.2.2 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

3.2.3 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

第4章：媒体单位广告投放市场现状与发展趋势

4.1 电视广告投放市场现状与发展趋势

4.1.1 电视广告投放状况分析

- (1) 电视广告投放行业分析
- (2) 电视广告投放品牌分析

4.1.2 电视广告发展前景分析

- (1) 电视广告经营管理前景
- (2) 电视广告市场发展前景
- (3) 电视广告产品品质前景

4.2 报纸广告投放市场现状与发展趋势

4.2.1 报纸广告市场发展状况

- (1) 报纸广告市场规模分析
- (2) 报纸广告收入构成分析
- (3) 各地区报纸广告收入情况

4.2.2 报纸广告投放情况分析

- (1) 报纸广告投放行业分析
- (2) 主要投放行业报纸广告投放趋势
- (3) 报纸广告投放价值分析

4.2.3 报纸广告发展趋势及应对策略

- (1) 企业广告投放趋势分析
- (2) 报纸广告经营创新分析

第5章：媒体单位广告企业经营分析（）

5.1 广告行业企业总体发展状况

5.2 媒体单位领先企业经营分析

5.2.1 中央电视台经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业组织架构分析
- (4) 企业广告业务体系分析
- (5) 企业广告业务覆盖范围分析
- (6) 企业广告业务客户情况分析

5.2.2 上海东方传媒集团有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业组织架构分析
- (4) 企业广告业务体系分析
- (5) 企业广告业务覆盖范围分析
- (6) 企业广告业务客户情况分析

5.2.3 深圳报业集团经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业组织架构分析
- (4) 企业广告业务体系分析
- (5) 企业广告业务覆盖范围分析
- (6) 企业广告业务客户情况分析

5.2.4 湖南电广传媒股份有限公司广告分公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业广告业务体系分析
- (4) 企业广告业务覆盖范围分析
- (5) 企业广告业务客户情况分析
- (6) 企业发展优劣势分析

5.2.5 北京电视台经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业广告业务体系分析
- (4) 企业广告业务覆盖范围分析
- (5) 企业广告业务客户情况分析
- (6) 企业发展优劣势分析

5.2.6 广州日报报业集团经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业组织架构分析
- (4) 企业广告业务体系分析
- (5) 企业广告业务覆盖范围分析
- (6) 企业广告业务客户情况分析

图表目录：

图表：按传播媒介为标准广告行业分类

图表：按广告目的为标准广告行业分类

图表：中国广告经营额在GDP中占比情况（单位：亿元，%）

图表：广告产业链

图表：2022广告行业政策动态

图表：广告行业相关标准准则一览

图表：2023-2029年工业增加值月度同比增长速度（单位：%）

图表：2023-2029年中国社会消费品零售总额月度情况（单位：亿元）

图表：2023-2029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：2022年中国人均消费性支出情况（单位：元，%）

图表：2022年中国人均消费性支出结构（单位：%）

图表：2023-2029年消费者预期指数、满意指数和信心指数表

图表：2023-2029年中国广告市场规模及增长率（单位：亿元，%）

图表：2022年中国各媒体广告增幅情况（单位：%）

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202308/391015.html>