

2022-2028年中国报刊广告 市场深度分析与行业竞争对手分析报告

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

《2022-2028年中国报刊广告市场深度分析与行业竞争对手分析报告》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/202207/310162.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

报刊广告是报纸和刊物媒介进行广告宣传的广告形式。之所以称为报刊广告，是因为中国近代报纸和刊物很多是融在一起，报纸和杂志尚未严密区分开来，报刊广告是报纸和初期杂志刊物广告的笼统称谓。

中企顾问网发布的《2022-2028年中国报刊广告市场深度分析与行业竞争对手分析报告》共十四章。首先介绍了报刊广告行业市场发展环境、报刊广告整体运行态势等，接着分析了报刊广告行业市场运行的现状，然后介绍了报刊广告市场竞争格局。随后，报告对报刊广告做了重点企业经营状况分析，最后分析了报刊广告行业发展趋势与投资预测。您若想对报刊广告产业有个系统的了解或者想投资报刊广告行业，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：

第一章 报刊广告行业运行情况

第一节 报刊广告行业运行情况

一、行业运行分析

二、行业生产规模分析

三、占GDP的比重

四、分布情况

第二节 报刊广告行业供给分析

一、需求变化因素

二、市场投放情况

三、市场变化因素

四、政策变动因素

第三节 报刊广告行业需求分析

一、下游行业的发展

二、产品价格因素

三、产品替代因素

(一)网络广告的主要形式

- 1、网幅广告(包含Banner、Button、通栏、竖边、巨幅等)
- 2、文本链接广告
- 3、电子邮件广告
- 4、赞助
- 5、与内容相结合的广告
- 6、插播式广告(弹出式广告)
- 7、Rich Media
- 8、其它新型广告
- 9、来电付费广告

(二)网络广告未来发展趋势

四、关联行业发展因素

(一)房地产

(二)汽车制造行业

第二章 报刊广告行业运行环境分析

第一节 国内宏观经济形势分析

- 一、国民生产总值
- 二、工业生产与效益
- 三、固定资产投资
- 四、对外贸易与利用外资
- 六、消费与物价

第二节 国内宏观调控政策分析

第三节 国内报刊广告行业政策分析

- 一、行业具体政策
- 二、政策特点与影响

第三章 报刊广告行业上游分析

第一节 报纸

- 一、市场需求规模
 - (一)理性化
 - (二)多样化
 - (三)娱乐化

(四)随意化

(五)方便化

(六)本地化

二、北京日报报业集团

第二节 杂志

一、市场需求规模

(一)网络时代信息消费方式的诸种变化

(二)杂志应是思想源而不仅仅是信息源

(三)提供经过“调制”的产品以获得预期结论

二、中国妇女杂志社

第三节 广告

一、市场需求规模

二、海润国际广告传播机构

第四章 报刊广告行业下游分析

第一节 报刊亭

一、市场需求规模

二、北京首都报刊亭有限责任公司

第二节 网络销售

一、市场需求规模

二、淘宝网

第五章 2020年国内报刊广告所属行业整体运行状况

第一节 报刊广告所属行业产销分析

第二节 报纸广告所属行业盈利能力分析

第三节 报纸广告所属行业偿债能力分析

第四节 报纸广告所属行业营运能力分析

第五节 杂志广告所属行业盈利能力分析

第六节 杂志广告所属行业偿债能力分析

第七节 杂志广告所属行业营运能力分析

第六章 报刊广告行业价格分析

第七章 报刊广告市场环境分析

第一节 消费者分析

第二节 竞争者分析

第八章 报刊广告市场营销策略

第一节 品牌策略

第二节 形象策略

第三节 产品策略

第四节 定价策略

一、以市场为导向的广告定价策略

二、以需求为导向的广告定价策略

三、以本利为导向的广告定价策略

第五节 促销策略

第九章 报刊广告行业国际市场运行分析

第一节 国际市场概述

第二节 报刊广告行业主要国家分析

第十章 报刊广告行业重点企业分析

第一节 上海广告有限公司

一、企业发展概况

二、公司经营状况

三、发展规划及前景展望

第二节 合力昌荣传播机构

一、企业发展概况

二、公司经营状况

三、发展规划及前景展望

第三节 三人行广告有限公司

一、企业发展概况

二、公司经营状况

三、发展规划及前景展望

第四节 京维传凯普广告传播有限公司

一、企业发展概况

二、公司经营状况

三、发展规划及前景展望

第五节 北京国安广告公司

一、企业发展概况

二、公司经营状况

三、发展规划及前景展望

第六节 北京泛亚宏智广告有限公司

一、企业发展概况

二、公司经营状况

三、发展规划及前景展望

第七节 海润新时代广告有限公司

一、企业发展概况

二、公司经营状况

三、发展规划及前景展望

第八节 金鹃国际广告公司

一、企业发展概况

二、公司经营状况

三、发展规划及前景展望

第十一章 报刊广告行业内部风险分析

第一节 市场竞争风险分析

第二节 技术水平风险分析

第三节 企业竞争风险分析

第四节 企业政策风险分析

第十二章 报刊广告行业外部风险分析

第一节 宏观经济环境风险分析

第二节 行业政策环境风险分析

第三节 关联行业风险分析

一、网络广告的覆盖率低

- 二、效果评估困难
- 三、供选择的广告位有限
- 四、创意的局限性
- 五、调研数据的匮乏

第十三章 SWOT分析

- 第一节 优势分析
- 第二节 劣势分析
- 第三节 机会分析
- 第四节 威胁分析

第十四章 行业发展趋势预测

- 第一节 国内市场预测
 - 一、销售额预测
 - 二、印刷印量预测
 - 三、增长速度预测
- 第二节 三大传统媒介广告市场预测

图表目录：

图表 1：2020年报刊广告行业在GDP中所占的地位

图表 2：全国三大经济圈及城市

图表 3：2020年重点行业报刊广告投放情况

图表 4：2016-2020年-工业企业增加值月度同比增长率(%)

图表 5：2016-2020年固定资产投资完成额月度累计同比增长率(%)

图表 6：2016-2020年出口总额月度同比增长率与进口总额月度同比增长率(%)

图表 7：2016-2020年居民消费价格指数(上年同月=100)

图表 8：2016-2020年我国报纸印刷总印量及增长对比图

图表 9：2020年平面媒体广告总量杂志前10强

图表 10：2016-2020我国三大传统媒介(电视、报纸、杂志)的广告市场收益总额及增长对比更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202207/310162.html>