

2023-2029年中国媒体广告 产业发展现状与行业前景预测报告

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年中国媒体广告产业发展现状与行业前景预测报告》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/202211/327337.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

媒体广告就是在传统四大媒体（电视、广播、报纸、杂志）及移动应用上做的广告。

其中，PC互联网广告和移动互联网广告是媒体广告中的生力军。

中企顾问网发布的《2023-2029年中国媒体广告产业发展现状与行业前景预测报告》共六章。

首先介绍了媒体广告行业市场发展环境、媒体广告整体运行态势等，接着分析了媒体广告行业市场运行的现状，然后介绍了媒体广告市场竞争格局。随后，报告对媒体广告做了重点企业经营状况分析，最后分析了媒体广告行业发展趋势与投资预测。您若想对媒体广告产业有个系统的了解或者想投资媒体广告行业，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 媒体广告行业概况

第一节 广告的分类

第二节 行业市场现状分析

一、广告市场现状

二、中国广告业发展概况

（一）恢复和发展时期

（二）高速发展时期

（三）稳定发展阶段

第二章 媒体广告行业投资特性分析

第一节 媒体广告行业投资特性

一、中国媒体广告经营的生态环境

（一）媒体广告经营的生态链

（二）两个市场、两类消费者

（三）媒体广告经营的宏观环境

二、广告理念

第二节 行业相关政策分析

一、我国广告代理制的特点

二、烟草广告的相关政策

第三章 媒体广告行业产品分析

第一节 媒体广告产品现状

一、中国广告业产品概况

二、广告经营生态环境研究

第二节 媒体广告经营存在的问题

一、广告价格混乱

二、媒体广告公司间的矛盾

三、监测数据不可信

四、服务上的缺陷

第四章 媒体广告行业市场竞争格局

一、全国报刊广告形势分析

(一) 2022年报刊广告总量颓势持续

(二) 报纸与杂志的位置“此消彼长”

(三) 报纸的局势：“几家欢喜几家愁”

(四) 广告行业分布是广告政策与行业发展共同作用的产物

二、报刊分类广告情况

(一) 时尚类杂志广告情况

(二) 财经类报纸广告情况

(三) 社会新闻类报纸广告情况

(四) 计算机类杂志广告情况

(五) 平面广告投放情况

(六) 药品报刊广告

三、房地产行业广告投放情况

四、机动车行业广告投放情况

五、通讯行业投放广告情况

六、医疗机构行业投放广告情况

七、家电行业投放广告情况

第二节 电视广告市场

- 一、电视广告的特点
- 二、2022年电视广告市场综述
- 三、2022年十大受欢迎电视广告
- 四、楼宇电视广告市场竞争格局

第三节 广播广告市场

一、广播广告的特性

- (一) 交流感与意境性
- (二) 流动感兼作性
- (三) 无限性与全面性
- (四) 低投入高回报

二、广播传播公司的作用

- (一) 传播公司与产品品牌
- (二) 广播传播的特殊性
- (三) 专业广播的飞跃
- (四) 定向移动传播

三、广播广告的艺术性

四、广播广告之间的竞争

- (一) 广播广告的新发展
- (二) 北京广播电台
- (三) 广播电台的独特性
- (四) 竞争的焦点

五、广播广告发展中的问题

- (一) 广播广告存在的问题
- (二) 应对措施

六、广播发展的影响因素

- (一) 影响因素概况
- (二) 互联网技术对广播业的影响
- (三) dab技术对广播业的影响
- (四) 计算机网络技术对电台整体运作模式的影响

第四节 户外广告市场

- 一、2022年户外广告概况
- 二、户外广告十大新趋势

三、户外广告异军突起

四、户外广告调查报告

第五节 网络广告

一、网络广告现状

二、网络广告的优势

(一) 网络广告的特点

(二) 网络广告的优势

三、网络媒体发展现状

(一) 2022年中国网络媒体发展现状

(二) 2022年网络媒体发展现状

(三) 2022年网络媒体发展现状

第六节 无线广告

一、无线广告介绍

二、无线广告市场发展状况

第七节 国际市场分析

一、国际广告市场分析

二、全球广告业走向

三、俄罗斯广告市场现状

四、美国广告市场现状

第五章 行业著名品牌企业介绍

第一节 广东省广告公司

一、公司简介

二、品牌优势

三、专有的代理权限

第二节 中国广告联合总公司

一、公司简介

二、品牌优势

三、专有的代理权限

第三节 中视彩虹广告

一、公司简介

二、品牌优势

三、专有的代理权限

第四节 广州市星际艺术传播有限公司

一、公司简介

二、品牌优势

三、专有的代理权限

第五节 cctv广告

一、公司简介

二、品牌优势

三、专有的代理权限

第六节 歌华有线

一、公司简介

二、品牌优势

三、专有的代理权限

第六章 行业发展预测

第一节 媒体广告行业发展趋势预测

一、中国将成为全球第二大广告市场

二、亚洲网络广告收益预测

三、户外广告十大新趋势

第二节 wto对广告市场的影响

一、加入wto给广告业带来的商机

二、加入wto可能对广告产生的冲击

三、发展对策

部分图表目录：

图表：2017-2022年报纸与杂志广告刊登额

图表：2017-2022年各类报纸广告刊登额

图表：2017-2022年各类杂志广告刊登额

图表：2017-2022年时尚类杂志广告状况

图表：2017-2022年财经类报纸广告行业分布

图表：2017-2022年财经类杂志广告状况

图表：2017-2022年it类杂志广告状况

图表：2017-2022年平面媒体广告总量及累计对比

图表：2017-2022年平面媒体广告版数总量及累计对比

图表：2017-2022年平面媒体广告总量报纸区域分布

更多图表见正文……

2023-2029年中国户外媒体市场深度分析与

发展前景报告

户外媒体是指主要建筑物的楼顶和商业区的门前、路边等户外场地设置的发布广告的信息的媒介，主要形式包括气球、飞艇、车厢、大型充气模型、高校内、高档小区走廊楼道等。

中企顾问网发布的《2023-2029年中国户外媒体市场深度分析与发展前景报告》共十二章。首先介绍了户外媒体行业市场发展环境、户外媒体整体运行态势等，接着分析了户外媒体行业市场运行的现状，然后介绍了户外媒体市场竞争格局。随后，报告对户外媒体做了重点企业经营状况分析，最后分析了户外媒体行业发展趋势与投资预测。您若想对户外媒体产业有个系统的了解或者想投资户外媒体行业，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2022年中国户外媒体行业发展环境分析

第一节 中国经济环境分析

一、2022年宏观经济运行情况

1、GDP历史变动轨迹分析

2、固定资产投资历史变动轨迹分析

二、2017-2022年中国居民（消费者）收入情况

三、2017-2022年中国城市化率

四、2017-2022年中国城市及农村居民年均可支配收入

四、2022年中国经济发展预测分析

第二节 户外媒体行业相关政策

- 一、国家2017-2022年产业政策
- 二、其他相关政策(标准、技术)
- 三、出口关税及相关税收政策

第三节 2022年中国户外媒体行业发展社会环境分析

第二章 户外媒体行业发展概述

第一节 行业界定

- 一、户外媒体行业定义及分类
- 二、户外媒体行业经济特性
- 三、户外媒体行业产业链简介

第二节 户外媒体行业发展成熟度

- 一、行业发展周期分析
- 二、行业中外市场成熟度对比

第三节 户外媒体行业相关产业动态

第三章 2022年全球户外媒体行业市场运行形势分析

第一节 全球户外媒体行业市场运行环境分析

第二节 全球户外媒体行业市场发展情况分析

- 一、全球户外媒体行业市场供需分析
- 二、全球户外媒体行业市场规模分析
- 三、全球户外媒体行业主要国家发展情况分析

第三节 2023-2029年全球户外媒体行业市场规模趋势预测分析

第四章 2022年中国户外媒体行业技术发展分析

第一节 中国户外媒体行业技术发展现状

第二节 户外媒体行业技术特点分析

第三节 户外媒体行业技术专利情况

- 一、户外媒体行业专利申请数分析
- 二、户外媒体行业专利申请人分析
- 三、户外媒体行业热门专利技术分析

第四节 户外媒体行业技术发展趋势分析

第五章 我国户外媒体行业发展分析

第一节 2022年中国户外媒体行业发展状况

- 一、2022年户外媒体行业发展状况分析
- 二、2022年中国户外媒体行业发展动态
- 三、2022年我国户外媒体行业发展热点
- 四、2022年我国户外媒体行业存在的问题

第二节 2022年中国户外媒体行业市场供需状况

- 一、2017-2022年中国户外媒体行业供给分析
- 二、2017-2022年中国户外媒体行业市场需求分析
- 三、中国户外媒体行业产品价格分析
 - 1、中国户外媒体行业产品价格分析
 - 2、行业价格影响因素分析
- 四、2017-2022年中国户外媒体行业市场规模分析

第六章 2017-2022年中国户外媒体所属行业主要数据监测分析

第一节 2017-2022年中国户外媒体所属行业规模分析

- 一、企业数量分析
- 二、资产规模分析
- 三、销售规模分析
- 四、利润规模分析

第二节 2017-2022年中国户外媒体所属行业产值分析

- 一、产成品分析
- 二、工业总产值分析

第三节 2017-2022年中国户外媒体所属行业成本费用分析

- 一、销售成本分析
- 二、销售费用分析
- 三、管理费用分析
- 四、财务费用分析

第四节 2017-2022年中国户外媒体所属行业运营效益分析

- 一、盈利能力分析
- 二、偿债能力分析

三、运营能力分析

四、成长能力分析

第七章 2022年中国户外媒体行业竞争格局分析

第一节 行业竞争结构分析

一、国内企业竞争格局

二、国外企业产品市场份额

三、行业企业区域分布

第二节 户外媒体行业集中度分析

一、行业市场销售集中度分析

二、行业区域消费集中度分析

第三节 2022年中国户外媒体行业SWOT模型分析

一、优势

二、劣势

三、机会

四、威胁

第八章 户外媒体行业优势生产企业竞争力分析

第一节 华视传媒集团有限公司

一、户外媒体概况

二、户外媒体竞争优势分析

三、户外媒体经营状况分析

四、企业发展战略分析

第二节 上海雅仕维广告有限公司

一、户外媒体概况

二、户外媒体竞争优势分析

三、户外媒体经营状况分析

四、企业发展战略分析

第三节 分众传媒信息技术股份有限公司

一、户外媒体概况

二、户外媒体竞争优势分析

三、户外媒体经营状况分析

四、企业发展战略分析

第四节 航美传媒集团有限公司

一、户外媒体概况

二、户外媒体竞争优势分析

三、户外媒体经营状况分析

四、企业发展战略分析

第五节 德高广告(上海)有限公司

一、户外媒体概况

二、户外媒体竞争优势分析

三、户外媒体经营状况分析

四、企业发展战略分析

第九章 2017-2022年中国户外媒体行业上下游分析及其影响

第一节 2022年中国户外媒体行业上游发展及影响分析

一、2022年中国户外媒体行业上游运行现状分析

二、2023-2029年中国户外媒体行业上游市场发展前景预测

三、上游对本行业产生的影响分析

第二节 2022年中国户外媒体行业下游发展及影响分析

一、2022年中国户外媒体行业下游运行现状分析

二、2023-2029年中国户外媒体行业下游市场发展前景预测

三、下游对本行业产生的影响分析

第十章 2023-2029年户外媒体行业发展及投资前景预测分析

第一节 2023-2029年户外媒体行业市场规模预测分析

第二节 2023-2029年户外媒体行业供需预测分析

第三节 中国户外媒体行业五力分析

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第四节 2023-2029年我国户外媒体行业前景展望分析

第五节 2023-2029年我国户外媒体行业产品价格走势预测

第六节 2023-2029年我国户外媒体行业盈利能力预测

第十一章 2023-2029年中国户外媒体行业投资风险分析

第一节 2017-2022年中国户外媒体行业投资金额分析

一、2017-2022年中国户外媒体行业内资企业投资金额分析

二、2017-2022年中国户外媒体行业港澳台及外资企业投资金额分析

第二节 近年中国户外媒体行业主要投资项目分析

第三节 2023-2029年中国户外媒体行业投资周期分析

第四节 2023-2029年中国户外媒体行业投资风险分析

一、政策和体制风险

二、技术发展风险

三、市场竞争风险

四、原材料压力风险

五、进入退出风险

六、经营管理风险

第十二章 2023-2029年中国户外媒体行业发展策略及投资建议分析

第一节 户外媒体行业发展策略分析

一、坚持产品创新的领先战略

二、坚持品牌建设的引导战略

三、坚持工艺技术创新的支持战略

四、坚持市场营销创新的决胜战略

五、坚持企业管理创新的保证战略

第二节 户外媒体行业市场的关键客户战略实施

一、实施关键客户战略的必要性

二、合理确立关键客户

三、对关键客户的营销策略

四、强化关键客户的管理

五、实施关键客户战略要重点解决的问题

第三节 2023-2029年中国户外媒体产品生产及销售投资运作模式探讨

一、国内生产企业投资运作模式

二、国内营销企业投资运作模式

三、外销与内销优势分析

1、产品外销优势

2、产品内销优势

第四节 2023-2029年中国户外媒体行业发展建议

第五节 2023-2029年中国户外媒体行业投资建议

部分图表目录：

图表：2017-2022年全球经济增长趋势：%

图表：2017-2022年中国GDP经济增长趋势：%

图表：户外媒体产业链结构示意图

图表：2022年户外媒体行业专利申请前十申请量统计(单位：个)

图表：2022年我国户外媒体行业相关发明专利分布领域(前十位)(单位：%)

图表：2017-2022年中国户外媒体产量及其增速走势图

图表：2017-2022年中国户外媒体消费量及其增速走势图

图表：2017-2022年中国户外媒体市场规模及其增速走势图

图表：2017-2022年中国户外媒体市场价格走势图

图表：2023-2029年中国户外媒体产量及消费量预测

图表：2023-2029年中国户外媒体市场价格走势预测

图表：2017-2022年我国户外媒体市场规模分区域统计表

图表：2017-2022年中国户外媒体所属行业企业数量增长趋势图

图表：2017-2022年中国户外媒体所属行业资产规模增长分析

图表：2017-2022年中国户外媒体所属行业销售规模增长分析

图表：2017-2022年中国户外媒体所属行业利润规模增长分析

图表：2017-2022年中国户外媒体所属行业产成品增长分析

图表：2017-2022年中国户外媒体所属行业总产值分析

图表：2017-2022年中国户外媒体所属行业成本费用结构变动趋势

图表：2017-2022年中国户外媒体所属行业销售成本分析

图表：2017-2022年中国户外媒体所属行业销售费用分析

图表：2017-2022年中国户外媒体所属行业管理费用分析

图表：2017-2022年中国户外媒体所属行业财务费用分析

图表：2017-2022年中国户外媒体所属行业资产收益率分析

图表：2017-2022年中国户外媒体所属行业销售利润率分析

图表：2017-2022年中国户外媒体所属行业总资产周转率分析

图表：2017-2022年中国户外媒体所属行业流动资产周转率分析

图表：2017-2022年中国户外媒体所属行业销售增长率分析

图表：2017-2022年中国户外媒体所属行业利润增长率分析

图表：2017-2022年中国户外媒体所属行业资产负债率分析

图表：2017-2022年中国户外媒体所属行业流动比率分析

更多图表请见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202211/327337.html>