

# 2014-2020年中国广告行业 监测与投资决策咨询报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2014-2020年中国广告行业监测与投资决策咨询报告》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/201403/102729.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

2013年全球经济复苏在波动中逐步加强，美、日等发达经济体重新成为世界经济增长的主要驱动力，国际环境向好。2013年我国的GDP同比增长7.7%，保持平稳发展态势，2014年我国经济将继续保持稳健发展之势，为广告业加快发展提供良好的经济基础和市场条件；国家一系列重大经济社会发展战略的实施，也为广告业加快发展提供了强有力的政策支持与制度保障。2013年我国广告市场花费总额为16542.31亿元，传统媒体广告投放在GDP维稳的情况下小幅回暖，但继续保持低速增长趋势，较2012年同比增幅为6.4%。其中，电视媒体2013年同比增长9.6%，高于整体增幅；平面媒体全面缩减，报纸和杂志同比减幅分别为8%和6.6%；电台媒体增长继续放缓，仅为3.7%；传统户外广告（不含地铁）同比降幅为1.3%；新媒体方面，整体网络市场规模达1100亿元，同比增长46.1%，增速远高于其他媒体类型。

从广告投放行业来看，2013年我国广告市场中广告花费额突破1000亿元的有四个行业，其中化妆品/浴室用品以花费总额1699.20亿元稳居第一，商业及服务性行业紧跟其后，排在第二位，广告花费额为1349.63亿元；饮料行业以1212.19亿元位列第三；排在第四位的是食品行业，广告投入1095.66亿元。前四大行业广告花费总额占整个市场花费总额的32%；其他进入前十的行业还有邮电通讯、药品、娱乐及休闲、交通、酒精类饮品和房地产/建筑工程行业。从广告投放地域来看，投放占比最大的华东地区广告投放占比为30.03%，投放增速达到14.6%，增长显著；西北地区投放额最小，只占3.11%，也是唯一一个广告投放出现下滑的区域，降幅达到13.2%；华南地区和华中地区分别以14.93%和13.17%的投放占比位列第二和第三，其同比增长分别为10.1%和10.2%；华北地区投放占比11.19%，同比增速0.2%，增幅微弱；全国性媒体、西南区和东北区投放占比分别为10.43%、9.81%和7.34%，同比增长分别为9.2%、18%和9.1%。此外，2013年第四季度我国互联网广告运营商市场份额中，百度占到31.4%，阿里巴巴占到17.5%，谷歌中国占到5.7%，占据市场前三甲的位置。

2013年我国广告市场小幅回升，2014年，我国传统媒体增速仍将维持低位，其中电视媒体仍将占据主导地位，但增速放缓，我国传统媒体需要在与新媒体的融合中寻求突破。而随着网络、通讯等新兴技术的兴起，以互联网、移动终端和户外电子等为代表的新兴媒体将会迎来高速发展期。我国网络广告市场在突破千亿大关之后，增速将会有所放缓，预测2014年规模将达到1483亿元，到2018年我国网络广告市场将达到3000亿元规模。总体来看，未来广告将向着精准化、大平台、移动化、互动化、屏屏交互的趋势发展。

本行业报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家新闻出版广电总局、文化部、国家发改委、国务院发展研究中心、国际广告协会、中国广告协会、世界华文广告协会、国际视觉传播协会、全国及海外多种相关报刊杂志以及专业研究机构

公布和提供的大量资料，对我国广告及各子行业的发展状况、上下游行业发展状况、竞争替代服务、发展趋势、新服务与技术等进行了分析，并重点分析了我国广告行业发展状况和特点，以及中国广告行业将面临的挑战、企业的发展策略等。报告还对全球的广告行业发展态势作了详细分析，并对广告行业进行了趋向研判，是广告经营、广告策划、广告制作、及广告服务、投资机构等单位准确了解目前广告业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品。

## 报告目录

### 第一部分 广告行业发展现状

#### 第一章 广告行业发展概述 1

##### 第一节 广告行业概述 1

###### 一、广告的定义 1

###### 二、广告的分类 2

###### 三、我国广告行业结构 3

###### 四、广告的发展历程 7

##### 第二节 广告的创作 13

###### 一、广告语言的创新手法 13

###### 二、意识形态广告的视觉美学 15

###### 三、现代广告与传统民族文化的融合 19

###### 四、广告的创意 23

#### 第二章 全球广告行业发展分析 27

##### 第一节 2013年国际广告行业发展现状 27

###### 一、全球商业广告行业规模增速放缓 27

###### 二、移动广告带动全球广告支出增长 27

##### 第二节 2013年国际广告行业基本特点 28

###### 一、行业呈现多寡头垄断的竞争格局 28

###### 二、拉丁美洲和亚太地区成为广告市场增长最快的地区 30

###### 三、互联网成为增长最快的广告媒体 30

##### 第三节 全球广告市场分析 30

###### 一、全球广告市场格局分析 30

###### 二、2013年戛纳广告节的开展情况 31

###### 三、2013年全球广告支出情况分析 34

###### 四、2013年全球互联网广告开支额 34

## 五、2013-2014年中国对全球广告市场的贡献 35

### 第四节 美国广告市场分析 35

#### 一、2013年美国广告主营销方式的选择 35

#### 二、2013年经济对美国广告行业的影响 37

#### 三、2013年美国广告行业开支情况分析 38

#### 四、2014年全年美国广告行业开支预测 39

#### 五、2013年广告主投放网络广告的情况 40

#### 六、2014年美国广告市场份额情况预测 40

### 第五节 其他广告市场分析 41

#### 一、2012-2013年英国广告市场分析 41

#### 二、2012-2013年法国广告市场分析 41

#### 三、2012-2013年日本广告市场分析 43

## 第三章 我国广告行业发展分析 45

### 第一节 我国广告市场发展分析 45

#### 一、2012-2013年中国广告发展现状 45

#### 二、2013年内地广告市场规模分析 51

#### 三、2013年中国广告市场价值分析 52

#### 四、2013年中国广告市场的投放额 52

#### 五、2013年广告行业人才供求情况 52

#### 六、2012-2013年广告市场面临的挑战 54

### 第二节 我国广告市场规范情况 57

#### 一、2013年中国查处广告违法案件情况 57

#### 二、2013年广告业存在的主要问题探讨 59

#### 三、2013年中国广告行业自律规则及产业政策 62

#### 四、2013年广告行业结盟维护创意版权 64

## 第四章 中国广告行业市场运行形势分析 65

### 第一节 2013年中国广告市场整体情况 65

#### 一、2013年中国广告市场花费总额同比分析 65

#### 二、与2012年同比中国广告市场的增幅 65

#### 三、中国广告业属于高增长国家 70

### 第二节 2013年中国广告市场供需状况分析 70

#### 一、2013年中国广告市场供给状况分析 70

|                                |     |
|--------------------------------|-----|
| 二、2013年中国广告市场需求分析              | 71  |
| 三、2013年中国广告市场供需平衡分析            | 72  |
| 第三节 2013年影响广告行业发展的因素分析         | 73  |
| 一、经济环境的制约                      | 73  |
| 二、广告市场的兴衰与地区经济的发展状况息息相关        | 75  |
| 三、地区的广告意识                      | 75  |
| 四、广告专业水准                       | 75  |
| 五、广告市场秩序                       | 76  |
| 第五章 中国广告媒体结构分析                 | 77  |
| 第一节 媒体整体保持高增长,新媒体市场份额加大        | 77  |
| 一、传统四大媒体突破停滞期相对回暖              | 77  |
| 二、电视、报纸、杂志、电台和户外媒体广告投放增长率分析    | 84  |
| 三、电台和户外媒体的高速增长势头不再             | 86  |
| 四、传统媒体“渠道霸权”的时代即将终结            | 87  |
| 第二节 新媒体增势喜人,受到商家追捧             | 90  |
| 一、新媒体层出不穷,发展看好                 | 90  |
| 二、户外广告因政策因素发展趋于理性              | 92  |
| 三、互联网、楼宇电视、公交和列车电视等新兴媒体成为广告界新宠 | 93  |
| 四、新媒体频频涌现,创造了无可替代的价值和商机        | 93  |
| 第三节 新媒体五大发展优势                  | 94  |
| 一、对传统媒体冲击加强,替代趋势加速             | 94  |
| 二、营销价值凸显,营销属性加强                | 95  |
| 三、产业投资价值看好,合作、收购力度加强           | 95  |
| 四、产业创新速度加快,新的产品,新的服务不断涌现       | 95  |
| 五、数字阅读热度持续攀升,移动新媒体初露端倪         | 96  |
| 第六章 中国广告主要投放行业市场运行态势分析         | 97  |
| 第一节 中国广告投放区域分析                 | 97  |
| 一、地区广告经营热点纷呈                   | 97  |
| 二、全国各地区广告投放情况                  | 100 |
| 三、全国各地区广告经营额的同比变化分析            | 100 |
| 第二节 2013年中国广告投放主要集中行业分析        | 101 |
| 一、房地产                          | 101 |

|                           |     |
|---------------------------|-----|
| 二、药品                      | 104 |
| 三、食品                      | 112 |
| 四、汽车                      | 115 |
| 五、IT                      | 118 |
| 六、化妆品                     | 118 |
| 第七章 报刊杂志广告市场分析            | 120 |
| 第一节 报刊杂志广告市场分析            | 120 |
| 一、2013年中国报刊杂志广告市场分析       | 120 |
| 二、2013年大陆报刊杂志广告市场分析       | 124 |
| 三、2013年报纸广告的发展分析          | 124 |
| 第二节 制约报纸广告发展的因素分析         | 126 |
| 一、收益与研发分析                 | 126 |
| 二、印刷的质量分析                 | 127 |
| 三、经营与业务分析                 | 129 |
| 第三节 报刊杂志广告发展策略分析          | 130 |
| 一、2012-2013年影响报业广告走势的变量   | 130 |
| 二、国内报纸广告的创新策略分析           | 133 |
| 三、提高杂志发行量的策略分析            | 138 |
| 四、报业广告经营模式和增长方式研究         | 142 |
| 五、e时代都市报广告的经营策略分析         | 146 |
| 第八章 电视广告市场分析              | 148 |
| 第一节 电视广告市场发展分析            | 148 |
| 一、2013年中国电视广告市场规模分析       | 148 |
| 二、2013年公交移动电视广告投放比例       | 148 |
| 三、2013-2014年中国电视广告市场投放额   | 149 |
| 四、2013-2014年地铁移动电视广告市场分析  | 150 |
| 第二节 CCTV2014年广告招标分析       | 150 |
| 一、CCTV2014年广告招标总额增长情况     | 150 |
| 二、从CCTV黄金资源招标看2014年中国广告市场 | 151 |
| 三、CCTV招标与2014年网络广告市场预测    | 154 |
| 第九章 广播广告市场分析              | 155 |
| 第一节 广播广告市场发展分析            | 155 |

|                          |     |
|--------------------------|-----|
| 一、广播广告的优劣势分析             | 155 |
| 二、我国广播广告市场发展概况           | 156 |
| 三、我国交通广播广告市场创收情况         | 157 |
| 四、乡村广播广告市场的发展前景          | 157 |
| 第二节 广播广告的经营特征分析          | 157 |
| 一、广播广告发展现状               | 157 |
| 二、多元化的经营格局               | 157 |
| 三、频率制的发展分析               | 161 |
| 四、新语境下发展分析               | 162 |
| 第十章 户外广告市场分析             | 166 |
| 第一节 户外广告市场现状分析           | 166 |
| 一、2013年户外广告市场格局分析        | 166 |
| 二、2013年户外液晶广告行业分析        | 178 |
| 三、2013年户外电子屏广告的收入        | 179 |
| 第二节 户外广告市场空间分析           | 182 |
| 一、2013年中国户外广告市场规模        | 182 |
| 二、2013年高校户外广告市场规模        | 182 |
| 三、户外广告位使用权拍卖趋势分析         | 182 |
| 第十一章 网络广告市场分析            | 184 |
| 第一节 网络广告发展现状分析           | 184 |
| 一、当今互联网广告现状分析            | 184 |
| 二、2013年中国网络广告发展情况        | 186 |
| 第二节 2013年中国网络广告市场回顾      | 191 |
| 一、整体花费情况分析               | 191 |
| 二、各业广告投放情况               | 191 |
| 三、广告主的竞争情况               | 192 |
| 四、奥运广告主的花费               | 193 |
| 第三节 2013-2014年中国网络广告市场分析 | 193 |
| 一、2013年四大门户网站广告收入情况      | 193 |
| 二、2013年第十二届中国互联网大会       | 197 |
| 三、2013年中国网络广告市场规模情况      | 198 |
| 四、2013年中国网络展示广告市场价值      | 198 |



|                             |     |
|-----------------------------|-----|
| 五、2013年房地产行业网络广告的投放         | 198 |
| 六、2013年汽车行业网络广告投放情况         | 200 |
| 七、2013-2014年视频新媒体广告市场空间     | 200 |
| 第十二章 无线广告市场分析               | 201 |
| 第一节 移动广告发展概述                | 201 |
| 一、移动广告定义及特点                 | 201 |
| 二、移动广告的优劣势分析                | 202 |
| 三、全球市场发展情况分析                | 204 |
| 四、移动广告市场需求分析                | 204 |
| 五、市场发展前景及规模                 | 207 |
| 第二节 2013-2014年无线广告市场分析      | 208 |
| 一、无线广告的准入营销法则               | 208 |
| 二、2014年无线广告市场空间及竞争          | 210 |
| 三、2014年无线广告市场发展及规模          | 211 |
| 四、2014年无线广告市场的前景分析          | 212 |
| 五、2014年短信广告发展现状及趋势          | 213 |
| 六、2014年移动互联网催热手机广告          | 215 |
| 第二部分 广告行业竞争格局               |     |
| 第十三章 广告行业竞争分析               | 217 |
| 第一节 2013年中国广告行业竞争格局分析       | 217 |
| 一、四大传统媒体占据广告市场半壁江山          | 217 |
| 二、快消品行业广告增幅显著               | 217 |
| 三、外资广告公司增速迅猛                | 217 |
| 四、区域格局地区特点鲜明                | 218 |
| 第二节 2013年中国广告行业竞争行为分析       | 218 |
| 一、收购合并频繁,楼宇广告竞争激烈           | 218 |
| 二、网络广告公司各有竞争妙招              | 221 |
| 三、新旧媒体在竞争中融合                | 222 |
| 第三节 2013-2014年中国广告行业竞争分析及预测 | 224 |
| 一、2013年广告市场竞争情况分析           | 224 |
| 二、2013年广告市场竞争形势分析           | 224 |
| 三、2013-2014年集中度分析及预测        | 227 |

|                         |     |
|-------------------------|-----|
| 四、2013-2014年SWOT分析及预测   | 231 |
| 五、2013-2014年进入退出状况分析及预测 | 232 |
| 六、2013-2014年生命周期分析及预测   | 233 |
| 第四节 网络广告竞争格局分析          | 234 |
| 一、国内网络广告市场竞争分析          | 234 |
| 二、2013年网络广告行业新进情况分析     | 235 |
| 三、2013年三线城市网络广告竞争分析     | 236 |
| 四、2013年游戏内置广告市场竞争分析     | 237 |
| 五、2013-2014年网络广告市场竞争形势  | 238 |
| 第十四章 广告企业竞争策略分析         | 240 |
| 第一节 广告市场竞争策略分析          | 240 |
| 一、2013年广告市场增长潜力分析       | 240 |
| 二、2013年广告主要潜力项目分析       | 240 |
| 三、现有广告竞争策略分析            | 243 |
| 四、广告潜力项目竞争策略选择          | 244 |
| 五、典型企业项目竞争策略分析          | 245 |
| 第二节 广告企业竞争策略分析          | 249 |
| 一、金融危机对广告行业竞争格局的影响      | 249 |
| 二、金融危机后广告行业竞争格局的变化      | 252 |
| 三、2014-2020年我国广告市场竞争趋势  | 254 |
| 四、2014-2020年广告行业竞争格局展望  | 255 |
| 五、2014-2020年广告行业竞争策略分析  | 255 |
| 六、2014-2020年广告企业竞争策略分析  | 262 |
| 第十五章 广告重点企业分析           | 270 |
| 第一节 奥美整合行销传播集团          | 270 |
| 一、企业概况                  | 270 |
| 二、竞争优势分析                | 271 |
| 三、2012-2013年经营状况        | 271 |
| 四、2014-2020年发展战略        | 272 |
| 第二节 中视金桥国际传播集团          | 272 |
| 一、企业概况                  | 272 |
| 二、竞争优势分析                | 274 |

|                    |     |
|--------------------|-----|
| 三、2012-2013年经营状况   | 274 |
| 四、2014-2020年发展战略   | 275 |
| 第三节 中视传媒股份有限公司     | 277 |
| 一、企业概况             | 277 |
| 二、竞争优势分析           | 279 |
| 三、2012-2013年经营状况   | 281 |
| 四、2014-2020年发展战略   | 283 |
| 第四节 北京巴士传媒股份有限公司   | 283 |
| 一、企业概况             | 283 |
| 二、竞争优势分析           | 284 |
| 三、2012-2013年经营状况   | 285 |
| 四、2014-2020年发展战略   | 287 |
| 第五节 TOM户外传媒集团      | 288 |
| 一、企业概况             | 288 |
| 二、竞争优势分析           | 289 |
| 三、2012-2013年经营状况   | 290 |
| 四、2014-2020年发展战略   | 291 |
| 第六节 湖南电广传媒股份有限公司   | 292 |
| 一、企业概况             | 292 |
| 二、竞争优势分析           | 293 |
| 三、2012-2013年经营状况   | 296 |
| 四、2014-2020年发展战略   | 298 |
| 第七节 广东九州阳光传媒股份有限公司 | 299 |
| 一、企业概况             | 299 |
| 二、竞争优势分析           | 301 |
| 三、2012-2013年经营状况   | 303 |
| 四、2014-2020年发展战略   | 305 |
| 第八节 陕西广电网络传媒股份有限公司 | 306 |
| 一、企业概况             | 306 |
| 二、竞争优势分析           | 307 |
| 三、2012-2013年经营状况   | 309 |
| 四、2014-2020年发展战略   | 311 |

|                        |     |
|------------------------|-----|
| 第九节 成都博瑞传播股份有限公司       | 313 |
| 一、企业概况                 | 313 |
| 二、竞争优势分析               | 314 |
| 三、2012-2013年经营状况       | 316 |
| 四、2014-2020年发展战略       | 318 |
| 第十节 分众传媒（中国）控股有限公司     | 319 |
| 一、企业概况                 | 319 |
| 二、竞争优势分析               | 321 |
| 三、2012-2013年经营状况       | 324 |
| 四、2014-2020年发展战略       | 324 |
| 第三部分 广告行业前景预测          |     |
| 第十六章 广告行业发展趋势预测        | 326 |
| 第一节 广告行业前景分析           | 326 |
| 一、未来广告的发展趋势展望          | 326 |
| 二、中国广告未来发展前景广阔         | 327 |
| 三、2014年我国广告产业发展趋势      | 328 |
| 四、2014年中国广告市场发展预测      | 329 |
| 五、2014-2020年广告发展方向探讨   | 329 |
| 六、2014-2020年广告市场规模预测   | 330 |
| 第二节 2014-2020年广告市场趋势分析 | 331 |
| 一、2012-2013年广告市场趋势总结   | 331 |
| 二、2014-2020年广告发展趋势分析   | 332 |
| 三、2014-2020年广告市场发展空间   | 333 |
| 四、2014-2020年广告产业政策趋向   | 333 |
| 五、2014-2020年广告价格走势分析   | 335 |
| 第三节 2014-2020年广告市场预测   | 338 |
| 一、2014-2020年广告市场结构预测   | 338 |
| 二、2014-2020年广告市场需求前景   | 338 |
| 三、2014-2020年广告市场价格预测   | 340 |
| 四、2014-2020年广告行业集中度预测  | 340 |
| 第四部分 广告行业投资战略研究        |     |
| 第十七章 广告行业投资现状分析        | 341 |

|                             |     |
|-----------------------------|-----|
| 第一节 2013年广告行业投资情况分析         | 341 |
| 一、2013年总体投资及结构              | 341 |
| 二、2013年投资规模情况               | 342 |
| 三、2013年投资增速情况               | 343 |
| 四、2013年分行业投资分析              | 343 |
| 五、2013年分地区投资分析              | 343 |
| 六、2013年外商投资情况               | 347 |
| 第二节 2014-2020年广告行业投资趋势预测    | 347 |
| 第十八章 广告行业投资环境分析             | 349 |
| 第一节 经济发展环境分析                | 349 |
| 一、2012-2013年我国宏观经济运行情况      | 349 |
| 二、2014-2020年我国宏观经济形势分析      | 366 |
| 三、2014-2020年投资趋势及其影响预测      | 368 |
| 第二节 政策法规环境分析                | 369 |
| 一、2013年广告行业政策环境             | 369 |
| 二、2013年国内宏观政策对其影响           | 389 |
| 三、2013年行业产业政策对其影响           | 390 |
| 第三节 社会发展环境分析                | 390 |
| 一、国内社会环境发展现状                | 390 |
| 二、2013年社会环境发展分析             | 390 |
| 三、2014-2020年社会环境对行业的影响分析    | 403 |
| 第十九章 广告行业投资机会与风险            | 405 |
| 第一节 广告行业投资效益分析              | 405 |
| 一、2012-2013年广告行业投资状况分析      | 405 |
| 二、2014-2020年广告行业投资效益分析      | 407 |
| 三、2014-2020年广告行业的投资方向       | 408 |
| 四、2014-2020年广告行业投资的建议       | 409 |
| 五、新进入者应注意的障碍因素分析            | 410 |
| 第二节 影响广告行业发展的主要因素           | 411 |
| 一、2014-2020年影响广告行业运行的有利因素分析 | 411 |
| 二、2014-2020年影响广告行业运行的稳定因素分析 | 413 |
| 三、2014-2020年影响广告行业运行的不利因素分析 | 413 |

|                             |     |
|-----------------------------|-----|
| 四、2014-2020年我国广告行业发展面临的挑战分析 | 414 |
| 五、2014-2020年我国广告行业发展面临的机遇分析 | 415 |
| 第三节 广告行业投资风险及控制策略分析         | 418 |
| 一、2014-2020年广告行业市场风险及控制策略   | 418 |
| 二、2014-2020年广告行业政策风险及控制策略   | 418 |
| 三、2014-2020年广告行业经营风险及控制策略   | 419 |
| 四、2014-2020年广告同业竞争风险及控制策略   | 422 |
| 五、2014-2020年广告行业其他风险及控制策略   | 422 |

## 第二十章 广告行业投资战略研究 427

### 第一节 广告行业发展战略研究 427

|          |     |
|----------|-----|
| 一、战略综合规划 | 427 |
| 二、业务组合战略 | 427 |
| 三、区域战略规划 | 430 |
| 四、产业战略规划 | 438 |
| 五、营销品牌战略 | 439 |
| 六、竞争战略规划 | 443 |

### 第二节 对广告品牌的战略思考 446

|               |     |
|---------------|-----|
| 一、企业品牌的重要性    | 446 |
| 二、广告实施品牌战略的意义 | 447 |
| 三、广告企业品牌的现状分析 | 448 |
| 四、广告企业的品牌战略   | 449 |
| 五、广告品牌战略管理的策略 | 451 |

### 第三节 广告行业投资战略研究 454

|                      |     |
|----------------------|-----|
| 一、2012年广告行业投资战略      | 454 |
| 二、2013年广告行业投资战略      | 459 |
| 三、2014-2020年广告行业投资战略 | 460 |
| 四、2014-2020年细分行业投资战略 | 466 |

## 图表目录

|                                   |    |
|-----------------------------------|----|
| 图表：2008-2013年法国互联网广告市场的投资情况       | 42 |
| 图表：2008-2013年我国GDP和传统媒体广告刊例同比增速情况 | 65 |
| 图表：2013年我国广告花费同比增速情况              | 67 |
| 图表：2012-2013年同期我国各媒体广告资源量的变化      | 67 |

|                                    |     |
|------------------------------------|-----|
| 图表：2013年我国广告花费行业TOP5               | 68  |
| 图表：2013年我国广告市场行业增长贡献率最大的前五个行业      | 68  |
| 图表：2013年我国广告市场行业增长贡献率最小的前五个行业      | 69  |
| 图表：2013年我国广告品牌花费TOP10              | 69  |
| 图表：2013年广告市场区域投放同比增速（电视、报纸、杂志、电台）  | 78  |
| 图表：2013年我国广告投放区域分布情况（电视、报纸、杂志、电台）  | 78  |
| 图表：2008-2013年我国广播电台药品广告主/品牌/产品个数趋势 | 79  |
| 图表：2013年四级电视媒体集团的广告花费和广告时长同比增长趋势   | 80  |
| 图表：2013年广告市场各行业花费增长对比（电视/报纸/杂志/电台） | 81  |
| 图表：2013年FMCG小类——化妆品/个人卫生用品广告花费增长趋势 | 82  |
| 图表：2013年FMCG行业小类——饮料广告花费增长趋势       | 82  |
| 图表：2013年FMCG小类——食品广告花费增长趋势         | 83  |
| 图表：2013年广告市场前十广告主投放增长对比            | 83  |
| 图表：2008-2013年中国房地产网站月度覆盖人数         | 102 |
| 图表：房产移动解决方案                        | 104 |
| 图表：2013年上半年我国医药新闻传播媒体类型分布          | 105 |
| 图表：2013年上半年我国医药新闻传播区域分布            | 106 |
| 图表：2013年上半年我国平面新闻传播重点城市TOP20       | 106 |
| 图表：2013年上半年平面新闻传播重点媒体TOP20         | 107 |
| 图表：2013年上半年医药行业平面新闻传播品牌声量TOP15     | 108 |
| 图表：2013年上半年网络新闻传播重点媒体TOP20         | 108 |
| 图表：2013年上半年医药行业网络新闻传播品牌声量TOP15     | 109 |
| 图表：2013年上半年我国医药行业新闻传播文章内容分布        | 110 |
| 图表：2013年上半年医药行业新闻传播疾病领域TOP10       | 111 |
| 图表：2013年前三季度我国食品行业广告投放前6品类         | 113 |
| 图表：2013年H1我国传统媒介TOP5行业的广告刊例花费增幅    | 114 |
| 图表：2013年TOP10行业大类的广告花费情况           | 115 |
| 图表：2013年汽车行业广告主广告花费TOP20           | 116 |
| 图表：2013年汽车行业品牌广告花费TOP20            | 117 |
| 图表：2013年前三季度我国化妆/浴室用品广告投放前6品类      | 119 |
| 图表：2013年我国报纸移动传播地域分布图              | 121 |
| 图表：2013年我国报纸移动传播百强城市分布             | 121 |

|                                                |     |
|------------------------------------------------|-----|
| 图表：2013年我国报纸移动传播百强按内容分类                        | 122 |
| 图表：2013年我国150家报纸各移动平台开通数量及占比                   | 123 |
| 图表：2013年我国中西部地级市党报微博微信开通率                      | 124 |
| 图表：2013年前三季度我国不同级别电视广告投放情况                     | 148 |
| 图表：在线视频和电视的产业链格局                               | 149 |
| 图表：2013上半年我国传统户外广告（含地铁）刊例花费逐月增长率               | 166 |
| 图表：2013年上半年传统户外（含地铁）增长贡献率最大5个行业                | 167 |
| 图表：2013年上半年传统户外（含地铁）增长贡献率最小5个行业                | 167 |
| 图表：2013年上半年传统户外（含地铁）广告行业刊例花费增长率                | 168 |
| 图表：2013年上半年传统广告（含地铁）投放前20厂商增长情况                | 169 |
| 图表：2013年上半年传统户外（含地铁）广告投放TOP20品牌                | 170 |
| 图表：2013年上半年传统户外广告（含地铁）投放TOP20品牌媒介投放份额（按广告刊例花费） | 171 |
| 图表：2013年上半年传统户外（含地铁）广告前10类型占比情况                | 172 |
| 图表：2013年上半年传统户外（含地铁）不同级别城市花费&资源量               | 173 |
| 图表：2013年上半年商务楼广告刊例花费逐月增长率                      | 173 |
| 图表：2013年上半年商务楼宇广告行业刊例花费增长率                     | 174 |
| 图表：2013年上半年商务楼宇广告投放TOP20品牌                     | 175 |
| 图表：2013年上半年公交移动广告刊例花费逐月增长率                     | 176 |
| 图表：2013年上半年公交移动广告行业刊例花费增长率                     | 176 |
| 图表：2013年上半年公交移动广告投放TOP20品牌                     | 177 |
| 图表：2013Q1我国户外电子屏广告细分市场份额                       | 179 |
| 图表：2013Q2我国户外电子屏广告细分市场份额                       | 180 |
| 图表：2012Q1-2013Q3我国户外电子屏广告市场规模                  | 181 |
| 图表：2010-2017年中国网络广告市场规模及预测                     | 187 |
| 图表：2010-2017年中国不同形式网络广告份额及预测                   | 188 |
| 图表：2013Q4中国互联网广告运营商市场收入份额                      | 190 |
| 图表：2013年主要行业类别网络广告投放费用                         | 192 |
| 图表：2013年Q4主要房产信息网站网络广告刊例费用占比统计                 | 199 |
| 图表：2013年广告行业并购交易情况                             | 219 |
| 图表：2012-2013年中视金桥国际传媒控股有限公司资产负债情况              | 274 |
| 图表：2012-2013年中视金桥国际传媒控股有限公司现金流量情况              | 275 |



|                                   |     |
|-----------------------------------|-----|
| 图表：2012-2013年中视金桥国际传媒控股有限公司综合损益情况 | 275 |
| 图表：2013年中视传媒股份有限公司主要经济指标          | 281 |
| 图表：2013年中视传媒股份有限公司盈利能力            | 281 |
| 图表：2013年中视传媒股份有限公司偿债能力            | 282 |
| 图表：2013年中视传媒股份有限公司营运能力            | 282 |
| 图表：2013年中视传媒股份有限公司成长能力            | 283 |
| 图表：2013年北京巴士传媒股份有限公司主要经济指标        | 285 |
| 图表：2013年北京巴士传媒股份有限公司盈利能力          | 285 |
| 图表：2013年北京巴士传媒股份有限公司偿债能力          | 286 |
| 图表：2013年北京巴士传媒股份有限公司营运能力          | 286 |
| 图表：2013年北京巴士传媒股份有限公司成长能力          | 287 |
| 图表：2012-2013年TOM集团有限公司资产负债情况      | 290 |
| 图表：2012-2013年TOM集团有限公司现金流量情况      | 291 |
| 图表：2012-2013年TOM集团有限公司综合收益情况      | 291 |
| 图表：2013年湖南电广传媒股份有限公司主要经济指标        | 296 |
| 图表：2013年湖南电广传媒股份有限公司盈利能力          | 296 |
| 图表：2013年湖南电广传媒股份有限公司偿债能力          | 297 |
| 图表：2013年湖南电广传媒股份有限公司营运能力          | 297 |
| 图表：2013年湖南电广传媒股份有限公司成长能力          | 298 |
| 图表：2013年广东广州日报传媒股份有限公司主要经济指标      | 303 |
| 图表：2013年广东广州日报传媒股份有限公司盈利能力        | 303 |
| 图表：2013年广东广州日报传媒股份有限公司偿债能力        | 304 |
| 图表：2013年广东广州日报传媒股份有限公司运营能力        | 304 |
| 图表：2013年广东广州日报传媒股份有限公司成长能力        | 305 |
| 图表：2013年陕西广电网络传媒（集团）股份有限公司主要经济指标  | 309 |
| 图表：2013年陕西广电网络传媒（集团）股份有限公司盈利能力    | 310 |
| 图表：2013年陕西广电网络传媒（集团）股份有限公司偿债能力    | 310 |
| 图表：2013年陕西广电网络传媒（集团）股份有限公司营运能力    | 311 |
| 图表：2013年陕西广电网络传媒（集团）股份有限公司成长能力    | 311 |
| 图表：2013年成都博瑞传播股份有限公司主要经济指标        | 316 |
| 图表：2013年成都博瑞传播股份有限公司盈利能力          | 316 |
| 图表：2013年成都博瑞传播股份有限公司偿债能力          | 317 |

|                                     |     |
|-------------------------------------|-----|
| 图表：2013年成都博瑞传播股份有限公司营运能力            | 317 |
| 图表：2013年成都博瑞传播股份有限公司成长能力            | 318 |
| 图表：2014-2020年广告行业市场容量预测             | 330 |
| 图表：2014-2020年广告行业销售收入预测             | 331 |
| 图表：2008-2012年电视广告增长情况               | 337 |
| 图表：2013年我国广告市场花费结构情况                | 341 |
| 图表：2013年我国广告市场花费规模情况                | 342 |
| 图表：2006-2013年国内生产总值及其增长速度           | 350 |
| 图表：2012-2013年国内生产总值增长速度（累计同比）       | 350 |
| 图表：2013年我国居民消费价格上涨情况（月度同比）          | 351 |
| 图表：2012-2013年我国城镇居民人均可支配收入实际增长速度    | 352 |
| 图表：2012-2013年我国农村居民人均收入实际增长速度（累计同比） | 353 |
| 图表：2006-2013年全社会固定资产投资及其增长速度        | 355 |
| 图表：2006-2013年公共财政收入及其增长速度           | 356 |
| 图表：2013年末全部金融机构本外币存贷款余额及其增长速度       | 360 |
| 图表：2013年我国汇率变化情况                    | 361 |
| 图表：我国人民币存贷款基准利率历次调整一览表              | 363 |
| 图表：2010-2013年我国存款准备金率调整一览表          | 364 |
| 图表：2008-2013年社会消费品零售总额及其增长速度        | 365 |
| 图表：2006-2013年我国货物进出口总额              | 366 |
| 图表：2013年末人口数及其构成                    | 391 |
| 图表：2009-2013年城镇新增就业人数               | 392 |
| 图表：2009-2013年国内生产总值与全部就业人员比率        | 392 |
| 图表：2009-2013年农村居民人均纯收入              | 393 |
| 图表：2009-2013年城镇居民人均可支配收入            | 393 |
| 图表：2009-2013年高等教育、中等职业教育及普通高中招生人数   | 395 |
| 图表：2009-2013年研究与试验发展（R&D）经费支出       | 396 |
| 图表：2009-2013年卫生技术人员人数               | 397 |
| 图表：区域发展战略咨询流程图                      | 435 |
| 图表：区域SWOT战略分析图                      | 437 |
| 图表：四种基本的品牌战略                        | 454 |

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201403/102729.html>