

2020-2026年中国电子媒体 广告行业发展趋势与发展前景报告

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

《2020-2026年中国电子媒体广告行业发展趋势与发展前景报告》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/202005/163882.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

全媒体广告刊例花费迎来复苏。2017 年全年全媒体广告刊例花费同比增长 4.3%，在连续两年下跌后有所反弹，国内广告市场整体趋势向好。2017 年全媒体广告刊例花费迎来复苏

高速增长后互联网媒介广告增长放缓。2017 年互联网广告花费同比上涨12.4%，2016 年同比上涨 18.5%，下降 6.1%。经历快速成长期后，互联网人口红利消失、流量入口集中化趋于集中化，互联网巨头大力发展付费会员业务挤出广告预算，驱动互联网广告进入稳定发展期。互联网媒介广告增长持续放缓

中企顾问网发布的《2020-2026年中国电子媒体广告行业发展趋势与发展前景报告》共六章。首先介绍了中国电子媒体广告行业市场发展环境、电子媒体广告整体运行态势等，接着分析了中国电子媒体广告行业市场运行的现状，然后介绍了电子媒体广告市场竞争格局。随后，报告对电子媒体广告做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国电子媒体广告行业发展趋势与投资预测。您若想对电子媒体广告产业有个系统的了解或者想投资中国电子媒体广告行业，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：

第一章电子媒体广告行业概况

第一节电子媒体广告行业分类

第二节电子媒体广告行业市场现状分析

一、电子媒体广告市场现状

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

第二章电子媒体广告行业投资特性分析

第一节电子媒体广告行业投资特性

一、中国电子媒体广告经营的生态环境

- (一) 广告经营的生态链
- (二) 两个市场、两类消费者
- (三) 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

第三章电子媒体广告行业产品分析

第一节广告产品现状

- 一、中国电子媒体广告业产品概况
- 二、广告经营生态环境研究

第二节电子媒体广告经营存在的问题

- 一、广告价格混乱
- 二、媒体与广告公司间的矛盾
- 三、监测数据不可信
- 四、服务上的缺陷

第四章电子媒体广告行业市场竞争格局

第一节电视广告市场

- 一、电视广告的特点
- 二、2019年电视广告市场现状
- 三、2019年十大受欢迎电视广告
- 四、楼宇电视广告市场分析
- 五、房地产行业广告投放情况
- 六、通讯行业投放广告情况
- 七、医疗机构行业投放广告情况
- 八、

第二节广播广告市场

- 一、广播广告的特性
 - (一) 交流感与意境性
 - (二) 流动感与兼作性

(三) 无限性与全面性

(四) 低投入与高回报

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

第三节网络广告

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) 2016年中国网络媒体发展现状

(二) 2019年网络媒体发展现状

(三) 2019年网络媒体发展现状

第四节无线广告

一、无线广告介绍

二、无线广告市场发展状况

第五节国际市场分析

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、服务中心

第三节中视彩虹广告

一、公司简介

二、公司业务范围

三、公司合作伙伴

第四节广州市星际艺术传播有限公司

一、公司简介

二、服务群

第五节CCTV广告

一、网络广告形式

二、推荐频道

三、CCTV.com优势

第六节歌华有线

一、企业简介

二、企业发展历程

三、公司经营状况

四、主要供应商情况

五、2019年公司资产负债情况

六、2019年公司主要财务费用情况

第七节东方明珠

一、企业简介

二、下属公司

三、公司经营状况

第六章行业发展预测

第一节电子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

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

图表目录：

图表：2019年电视媒体广告投放情况

图表：2019年电视媒体前十位品牌的投放排名及花费情况

图表：2019年十大受欢迎电视广告

图表：2019年度中国十大受欢迎电视广告作品

图表：2011年—2019年中国通讯服务行业网络广告投放对比

图表：2011年—2019年中国通讯服务行业网络广告主投放TOP10

图表：2011年—2019年中国医疗服务行业网络广告投放对比

图表：2011年—2019年中国医疗服务行业网络广告主投放TOP10

图表：2019年家电行业广告品牌前10强监测

图表：2019年电视媒体广告投放监测

图表：2019年广播媒体前十位行业类别的投放排名及花费情况

图表：2019年广播媒体前十位品牌的投放排名及花费情况

图表：2009—2019年美国广告市场发展状况

图表：2019年美国电子媒体广告投放情况

图表：2015-2019年歌华有线主营业务收入、利润、净利润

图表：2019年歌华有线有线电视网络传输业务经营状况

图表：2019年歌华有线主营业务分地区情况表

图表：2019年歌华有线主营业务收入、利润、净利润

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202005/163882.html>