

2024-2030年中国媒体单位广告行业市场深度研究 及投资规划建议报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2024-2030年中国媒体单位广告行业市场深度研究及投资规划建议报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/channel/advert/1018207.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

《2024-2030年中国媒体单位广告行业市场深度研究及投资规划建议报告》由华经产业研究院研究团队精心研究编制，对媒体单位广告行业发展环境、市场运行现状进行了具体分析，还重点分析了行业竞争格局、重点企业的经营现状，结合媒体单位广告行业的发展轨迹和实践经验，对未来几年行业的发展趋向进行了专业的预判；为企业、科研、投资机构等单位投资决策、战略规划、产业研究提供重要参考。

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家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 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

第二章 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

第三章 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

第四章 媒体单位广告领先企业经营分析

4.1 广告行业企业总体发展状况

4.2 媒体单位领先企业经营分析

4.2.1 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) 企业经营优劣势分析

4.2.2 北京搜狐互联网信息服务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) 企业经营优劣势分析

4.2.3 深圳报业集团控股公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

4.2.4 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) 企业经营优劣势分析

4.2.5 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) 企业经营优劣势分析

第五章 媒体单位广告投放市场现状与发展趋势

5.1 电视广告投放市场现状与发展趋势

5.1.1 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

5.1.2 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

5.2 报纸广告投放市场现状与发展趋势

5.2.1 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

5.2.2 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

5.2.3 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

图表目录：

图表1 按传播媒介为标准广告行业分类

图表2 按广告目的为标准广告行业分类

图表3 中国广告经营额在gdp中占比情况（单位：亿元，%）

图表4 广告产业链

图表5 2019-2023年广告行业政策动态

图表6 广告行业相关标准准则一览

图表7 2019-2023年工业增加值月度同比增长速度（单位：%）

图表8 2019-2023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9 2023年中国人均消费性支出情况（单位：元，%）

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/channel/advert/1018207.html>