

# 2017-2022年中国广播广告市场运营态势与发展前景分析报告

报告大纲

## 一、报告简介

智研咨询发布的《2017-2022年中国广播广告市场运营态势与发展前景分析报告》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.chyxx.com/research/201704/517258.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.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

广播是通过无线电波或金属导线，用电波向大众传播信息、提供服务和娱乐的大众传播媒体。在电视没有发展普及之前，广播是倍受人们欢迎的。电视的兴起，将大批广播广告客户拉走，曾经有人担忧地说：“广播广告注定要消失。”然而，从多年的发展趋势上看，广播广告的影响力仍然很大，它的独特魅力有其它媒体无可比拟之处。

智研咨询发布的《2017-2022年中国广播广告市场运营态势与发展前景分析报告》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研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一，具有重要的参考价值！

智研咨询是中国权威的产业研究机构之一，提供各个行业分析，市场分析，市场预测，行业发展趋势，行业发展现状，及各行业产量、进出口，经营状况等统计数据，中国产业研究、中国研究报告，具体产品有行业分析报告，市场分析报告，年鉴，名录等。

报告目录：

### 第1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2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3章：中国广告行业市场研究与机遇

### 3.1 中国广告行业市场分析

#### 3.1.1 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

#### 3.1.2 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

#### 3.1.3 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

### 3.2 中国广告业的挑战与机遇

### 3.2.1 广告行业发展的挑战

- (1) 广告对受众传播效果趋于弱化
- (2) 广告在媒介盈利模式中地位下降
- (3) 网络弊端成广告安全传播的威胁

### 3.2.2 广告行业发展的机遇

- (1) 广告跨媒介转换实现更便捷
- (2) 广告传播效率大幅度提高
- (3) 广告商角色和盈利发生重大转变

## 第4章：广播广告市场发展状况与前景分析

### 4.1 广播产业发展状况分析

- 4.1.1 中国广播电台规模分析
- 4.1.2 中国广播受众市场分析
- 4.1.3 中国广播听众规模分析
- 4.1.4 中国广播听众行为分析
- 4.1.5 中国广播市场竞争分析
- 4.1.6 中国广播发展趋势分析

### 4.2 广播广告市场发展状况

- 4.2.1 广播广告市场规模分析
- 4.2.2 广播广告花费排名情况
- 4.2.3 广播广告投放行业分析
- 4.2.4 广播广告投放品牌分析

### 4.3 广播广告发展前景分析

## 第5章：广告行业投资分析与前景预测

### 5.1 广告行业投资分析

#### 5.1.1 广告行业进入壁垒分析

- (1) 资金壁垒
- (2) 人才壁垒
- (3) 品牌壁垒

#### 5.1.2 广告行业经营模式分析

#### 5.1.3 广告行业投资风险分析

- (1) 行业政策风险
- (2) 行业人才风险
- (3) 行业市场风险

#### 5.1.4 广告行业投资并购分析

### 5.2 广告行业前景预测

## 5.2.1 广告行业发展趋势分析

- (1) 广告与营销一体化
- (2) 集团化与专业化发展
- (3) 本土与国际接轨
- (4) 媒体投放效果可测性要求提高

## 5.2.2 广告行业发展前景预测

## 5.3 广告行业投资建议

### 5.3.1 广告行业投资机会分析

### 5.3.2 广告行业投资建议

- (1) 投资方式建议
- (2) 投资方向建议

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5：2016年以来广告行业政策动态

图表6：广告行业相关标准准则一览

图表7：2010-2016年工业增加值月度同比增长速度（单位：%）

图表8：2010-2016年中国社会消费品零售总额月度情况（单位：亿元）

图表9：2010-2016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10：2016年中国人均消费性支出情况（单位：元，%）

图表11：2016年中国人均消费性支出结构（单位：%）

图表12：2012-2016年消费者预期指数、满意指数和信心指数表

图表13：2010-2016年中国广告市场规模及增长率（单位：亿元，%）

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201704/517258.html>