

# 2014-2018年中国平面媒体广告市场研究及发展前景预测报告

报告大纲

## 一、报告简介

智研咨询发布的《2014-2018年中国平面媒体广告市场研究及发展前景预测报告》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/201402/228664.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

报纸、杂志等传统媒体通过单一的视觉、单一的维度传递信息，相对于电视、互联网等媒体通过视觉、听觉等多维度的传递信息，而称作平面媒体。电视、网络等称作立体媒体。平面媒体和立体媒体没有严格的定义，只是从信息传递、传播的维度和方式上区分的。以纸张为载体发布新闻或者资讯的媒体，比如报纸、杂志等等。现在他们面临着来自网络媒体的强大挑战。

从全球范围看，报纸受互联网媒体的冲击程度虽然存在差异，但毋庸置疑，进入21世纪以来，网络媒介飞速发展已使发展速度缓慢的报纸等传统媒体相形见绌，报纸原有传播优势也在被网络媒介所蚕食或者超越，从而使报纸的影响力大不如前，全球纸媒体面临的挑战和压力日增，前景并不令人乐观。

2012年全国报业一片萧杀寒意，根据CTR的数据显示，2012年1-11月传统媒体广告刊例花费同比仅增长4.6%，同比下滑近2/3。其中，电视增长6.5%，报纸下降7.5%，期刊增长7.5%，广播增长9.6%，户外增长2.0%，报纸成为唯一下降的媒体。在传统媒体业一片萧条的同时，互联网依然保持高速猛进态势。

产业信息网发布的《2014-2018年中国平面媒体广告市场研究及发展前景预测报告》共八章。首先介绍了中国平面媒体广告行业的概念，接着分析了中国平面媒体广告行业发展环境，然后对中国平面媒体广告行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国平面媒体广告行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国平面媒体广告行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将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 平面媒体广告相关概述

#### 第一节 广告业综述

##### 一、广告的分类

##### 二、广告行业结构

#### 第二节 广告的创作

##### 一、广告语言的创新手法

##### 二、意识形态广告的视觉美学

##### 三、现代广告与传统民族文化的融合

##### 四、广告的创意

#### 第三节 平面媒体广告简述

## 一、平面媒体广告分类

## 二、平面广告的性质、形式、内容

## 三、平面广告设计

## 第二章 2012年中国平面媒体广告业运行环境分析

### 第一节 中国宏观经济环境分析

#### 一、GDP历史变动轨迹分析

#### 二、固定资产投资历史变动轨迹分析

#### 三、2014年中国宏观经济发展预测分析

### 第二节 2012年中国平面媒体广告业政策环境分析

#### 一、中华人民共和国广告法

#### 二、互联网信息服务管理办法

#### 三、北京市网络广告管理暂行办法

#### 四、浙江省网络广告登记管理暂行办法

#### 五、广告管理条例实施细则

#### 六、广告经营许可证管理办法

#### 七、广告语言文字管理暂行规定

#### 八、户外广告登记管理规定

#### 九、临时性广告经营管理办法

### 第三节 其它细分行业平面媒体广告监管政策

#### 一、《保健食品广告审查暂行规定》

#### 二、农药广告审查办法

#### 三、兽药广告审查办法

#### 四、房地产广告发布暂行规定

### 第四节 2012年中国平面媒体广告业社会环境分析

## 第三章 2012年国内外广告业整体运行形势透析

### 第一节 2012年国际广告业运行状况

#### 一、行业呈现多寡头垄断的竞争格局

#### 二、拉丁美洲和亚太地区成为广告市场增长最快的地区

#### 三、互联网成为增长最快的广告媒体

#### 四、全球商业广告行业规模增速放缓

#### 五、商业广告行业收益分析

#### 六、2012年全球广告支出情况分析

#### 七、经济风暴对国际广告行业的冲击

### 第二节 2012年中国广告行业运行总况

#### 一、中国广告业规模跃居世界第二

二、三大主流媒体广告收入状况

三、我国广告公司数量增速放缓

四、外资加速在华新媒体广告业布局

五、2012年中国广告行业创意发展分析

六、中国广告业属于高增长国家

七、中国广告市场的投放额

八、近几年中国广告市场花费总额同比分析

九、中国广告业面临的机遇与挑战分析

第四章 2012年中国平面媒体广告运行新态势剖析

第一节 中国平面媒体广告发展历程

一、恢复和发展时期

二、高速发展时期

三、稳定发展阶段

第二节 2012年中国平面媒体广告新形势分析

一、平面媒体广告市场特点分析

二、电视、报纸、杂志、电台和户外媒体广告投放增长率分析

三、广告经营生态环境研究

四、2012年平面媒体广告总量颓势持续

五、报纸与杂志的位置“此消彼长”

六、报纸的局势：“几家欢喜几家愁”

第三节 2012年中国媒体广告发展中存在的问题分析

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

第四节 2012年中国平面媒体广告发展战略分析

一、影响报业广告走势的变量

二、国内报纸广告的创新策略分析

三、提高杂志发行量的策略分析

四、报业广告经营模式和增长方式研究

五、e时代都市报广告的经营策略分析

第五章 2012年中国平面媒体广告主要投放行业市场运行态势分析

第一节 2012年中国平面媒体广告投放区域分析

一、地区广告经营热点纷呈

二、全国各地区广告经营额前五位

### 三、全国各地区广告经营额的同比变化分析

#### 第二节 2012年中国平面媒体广告投放主要集中在行业分析

一、房地产

二、药品

三、食品

四、汽车

五、IT

六、化妆品

七、地板平面媒体广告投放量

#### 第六章 2012年中国重点广告企业分析

##### 第一节 广东九州阳光传媒股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

五、企业偿债能力分析

四、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

##### 第二节 中国经营报

一、中国经营报概况

二、广告结构

三、广告价格表

四、经营状况

##### 第三节 经济观察报

一、经济观察报概况

二、目标读者

三、广告价格表

四、广告营业额状况

##### 第四节 中视传媒股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

五、企业偿债能力分析

四、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

##### 第五节 北京巴士传媒股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

五、企业偿债能力分析

四、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第六节 湖南电广传媒股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

五、企业偿债能力分析

四、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第七节 陕西广电网络传媒股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

五、企业偿债能力分析

四、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第八节 成都博瑞传播股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

五、企业偿债能力分析

四、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第七章 2014-2018年中国平面媒体广告行业前景展望

第一节 2014-2018年中国广告行业前景分析

一、中国广告未来发展前景广阔

二、2014-2018年广告发展方向探讨

三、2014-2018年广告市场规模预测

四、2014-2018年广告市场趋势分析

第二节 2014-2018年中国平面媒体广告趋势预测

一、平面媒体广告前景展望

## 二、平面媒体广告盈利预测分析

### 第八章 2013-2018年中国平面媒体广告行业投资战略分析

#### 第一节 2012年中国平面媒体广告行业投资特性

##### 一、平面媒体广告经营的生态环境

###### 1、平面媒体广告经营的生态链

###### 2、两个市场、两类消费者

###### 3、平面媒体广告经营的宏观环境

##### 二、广告理念

#### 第二节 2012年中国平面媒体广告行业投资政策解析

##### 一、我国广告代理制的特点

##### 二、烟草广告的相关政策

##### 三、平面媒体广告投资政策利好

#### 第三节 2014-2018年中国平面媒体广告行业投资机会分析

#### 第四节 2014-2018年中国平面媒体广告行业投资风险预警

##### 一、宏观调控政策风险

##### 二、市场竞争风险

##### 三、市场运营机制风险

#### 第五节 投资建议

##### 图表目录：

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2013年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2013年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2014年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2014年中国GDP增速预测



详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201402/228664.html>