

2008-2009年中国广告业研究 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

一、报告报价

《2008-2009年中国广告业研究咨询报告》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/200812/8408.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

北京奥运会将使2008年全球广告市场增长6.7%，达到4856亿美元；还将使中国广告市场增长24%，达到420亿美元；而欧洲和美国将分别下降3.7%和3.5%；其它地区将会增长11.8%；受信贷危机的冲击，欧美市场经济放缓，也影响了广告市场的增长。而中国由于北京奥运的召开，2010年将成为推动全球广告市场增长的第二大贡献者，13亿人口的亚洲巨人，在其家庭消费和近2.75亿网民的支持下继续开拓着广告市场。信息数字化和新兴四国已成为该市场持久增长的动力。至2010年以中国为首的新兴国家，俄罗斯、巴西和印度将在全球广告市场份额的增长中占62%。

2008年中国广告经营总收入有望超过5000亿元。中国传媒经济的重要指标之一广告业已经成为一个成熟的行业，传媒产业已蔚为大观。2008年前三季度中国内地广告市场投放总额达到2604亿元人民币，较去年同期增长13%。但与2008年首季度17%的增幅相比，广告市场整体增长呈放缓趋势。全球金融风暴和经济潜在性衰退将稀释一部分广告增长前景。在各媒体投放方面，2008年前三季度电视媒体和平面媒体的广告投放均明显增加。电视媒体总投放达2063亿元人民币，较去年同期提升14个百分点。平面媒体的广告投放强力反弹，其中报纸广告(385亿元人民币)同比增幅达20%。电台媒体2008年的“吸金”能力大幅下降，广告投放仅增长3%。传统户外媒体则受到宏观面整治的影响而加速下滑，下滑幅度高达20%。

全球广告市场正面临着重大的挑战，消费开支显著下降，金融危机似乎击中了地球的每个角落，虽然近段时间的金融危机给全球广告行业带来了较大影响，但得益于中国经济的稳定发展，中国广告行业受到的影响并不大，350亿美元的广告市场成为全球的一个新亮点，2009年对于中国广告行业而言将是暖冬。CCTV11月18日举行2009年黄金资源广告招标会，招标总额达到92.5627亿元，这一数字较2008年的80.2861亿增长了12.2766亿，增幅为15.29%。在大家都在观望中国2009年广告市场的走势的时候，央视黄金招标结果无疑为中国经济以及消费市场带来了信心，对于一个品牌来说，如何在危机中把握机会，就成为了一项新的课题，而对于更多的传媒企业和广告代理公司来说，分析广告主的动向将更加有助于及时调整策略。

本研究咨询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、国家商务部、国家广播电影电视总局、中国文化部、中国新闻出版总署、中国广告业协会、央视媒介资讯、国内外相关报刊杂志的基础信息，对我国广告产业的基本概况、发展环境、重点广告企业以及国家相关产业政策等进行了分析。报告还重点研究了广告产业发展趋势、细分市场和投资前景等。本报告是广告公司、影视企业、代理公司、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战略不可多得的决策参考。

目录

CONTENTS

第一部分 行业发展现状

第一章 媒体广告行业概述 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 4

四、广告的发展历程 6

第二节 广告的创作 7

一、广告语言的创新手法 7

二、意识形态广告的视觉美学 10

三、现代广告与传统民族文化的融合 14

四、广告的创意 18

第二章 全球广告行业发展分析 23

第一节 全球广告市场分析 23

一、全球广告市场格局分析 23

二、2008年戛纳广告节的开展情况 25

三、2008年全球广告支出情况分析 26

四、2008年全球互联网广告开支额 26

五、2008年经济风暴对广告行业的冲击 27

六、2008-2010年中国对全球广告市场的贡献 28

第二节 美国广告市场分析 29

一、2008年美国广告主营销方式的选择 29

二、2008年经济对美国广告行业的影响 29

三、2008年美国广告行业开支情况分析 30

四、2008年全年美国广告行业开支预测 32

五、2008年广告主投放网络广告的情况 33

六、2012年美国广告市场份额情况预测 34

第三节 其他广告市场分析 35

- 一、2008年英国广告市场分析 35
- 二、2008年法国广告市场分析 36
- 三、2008年日本广告市场分析 37

第三章 我国广告行业发展分析 38

第一节 我国广告市场发展分析 38

- 一、2007-2008年中国广告发展现状 38
- 二、2008年内地广告市场规模分析 38
- 三、2008年中国广告市场价值分析 39
- 四、2008年中国广告市场的投放额 40
- 五、2008年广告行业人才供求情况 41
- 六、2008-2009年广告市场面临的挑战 45

第二节 我国广告市场规范情况 45

- 一、2008年中国查处广告违法案件情况 45
- 二、2008年广告业存在的主要问题探讨 46
- 三、2008年中国广告行业新的自律规则 47
- 四、2008年广告行业结盟维护创意版权 48

第二部分 细分市场分析

第四章 报刊杂志广告市场分析 51

第一节 报刊杂志广告市场分析 51

- 一、2007年中国报刊杂志广告市场分析 51
- 二、2008年大陆报刊杂志广告市场分析 56
- 三、2008年下半年报纸广告的发展分析 58

第二节 制约报纸广告发展的因素分析 59

- 一、收益与研发分析 59
- 二、印刷的质量分析 61
- 三、经营与业务分析 62

第三节 报刊杂志广告发展策略分析 64

- 一、2008-2009年影响报业广告走势的变量 64
- 二、国内报纸广告的创新策略分析 72
- 三、提高杂志发行量的策略分析 74

四、报业广告经营模式和增长方式研究 78

五、e时代都市报广告的经营策略分析 82

第五章 电视广告市场分析 87

第一节 电视广告市场发展分析 87

一、2008年中国电视广告市场规模分析 87

二、2008年公交移动电视广告投放比例 87

三、2008-2009年中国电视广告市场投放额 90

四、2008-2009年地铁移动电视广告市场分析 92

第二节 CCTV2009年广告招标分析 94

一、CCTV2009年广告招标总额增长情况 94

二、从CCTV黄金资源招标看2009年中国广告市场 94

三、CCTV招标与2009年网络广告市场预测 96

第六章 广播广告市场分析 99

第一节 广播广告市场发展分析 99

一、广播广告的优劣势分析 99

二、我国广播广告市场发展概况 103

三、我国交通广播广告市场创收情况 105

四、乡村广播广告市场的发展前景 106

第二节 广播广告的经营特征分析 110

一、广播广告发展现状 110

二、多元化的经营格局 110

三、频率制的发展分析 115

四、新语境下发展分析 115

第七章 户外广告市场分析 119

第一节 户外广告市场现状分析 119

一、2008年户外广告市场格局分析 119

二、2008年户外液晶广告行业分析 120

三、2008年户外电子屏广告的收入 121

第二节 户外广告市场空间分析 122

- 一、2008年中国户外广告市场规模 122
- 二、2008年高校户外广告市场规模 123
- 三、户外广告位使用权拍卖趋势分析 126

第八章 网络广告市场分析 129

第一节 网络广告发展现状分析 129

- 一、当今互联网广告现状分析 129
- 二、2007年中国网络广告发展情况 131

第二节 2008年10月中国网络广告市场回顾 135

- 一、整体花费情况分析 135
- 二、各业广告投放情况 138
- 三、广告主的竞争情况 138
- 四、奥运广告主的花费 139

第三节 2008-2009年中国网络广告市场分析 143

- 一、2008年四大门户网站广告收入情况 143
- 二、2008年首届中国网络广告行业大会 144
- 三、2008年中国网络广告市场规模情况 145
- 四、2008年中国网络展示广告市场价值 146
- 五、2008年奥运赞助商网络广告的投放 146
- 六、2008年房地产行业网络广告的投放 148
- 七、2008年汽车行业网络广告投放情况 150
- 八、2008-2009年视频新媒体广告市场空间 151

第九章 无线广告市场分析 153

第一节 移动广告发展概述 153

- 一、移动广告定义及特点 153
- 二、移动广告的优劣势分析 156
- 三、全球市场发展情况分析 157
- 四、移动广告市场需求分析 161
- 五、市场发展前景及规模 162

第二节 2008年无线广告市场分析 164

- 一、无线广告的准入营销法则 164

- 二、2008年无线广告市场空间及竞争 166
- 三、2008年无线广告市场发展及规模 169
- 四、2009年无线广告市场的前景分析 170
- 五、2008年短信广告发展现状及趋势 171
- 六、2008年移动互联网催热手机广告 174

第三部分 行业竞争分析

第十章 广告行业竞争分析 177

第一节 广告行业竞争格局分析 177

- 一、2008年互联网与传统广告行业竞合分析 177
- 二、2008年谷歌微软对传统广告公司的压力 182
- 三、2008年中国广告业界软硬广告竞争分析 184
- 四、2008-2009年央视重点时段广告竞争分析 186
- 五、2008-2009年移动广告行业竞争形势分析 186

第二节 网络广告竞争格局分析 188

- 一、国内网络广告市场竞争分析 188
- 二、2008年网络广告行业新进情况分析 198
- 三、2008年三线城市网络广告竞争分析 200
- 四、2008年游戏内置广告市场竞争分析 201
- 五、2008-2009年网络广告市场竞争形势 201

第十一章 行业重点品牌企业分析 204

第一节 奥美整合行销传播集团 204

- 一、企业概况 204
- 二、产品与服务 205
- 三、2008年中国市场策略 209

第二节 中视金桥国际传播集团 214

- 一、企业概况 214
- 二、2007-2008年财务分析 217
- 三、2008年经营状况 224

第三节 中视传媒股份有限公司 224

- 一、企业概况 224

二、2007-2008年财务分析	225
三、2008年经营状况	229
第四节 北京巴士传媒股份有限公司	232
一、企业概况	232
二、2007-2008年财务分析	233
三、2008年经营状况	237
第五节 TOM户外传媒集团	238
一、企业概况	238
二、产品与服务	240
三、2008年经营状况	241
第六节 湖南电广传媒股份有限公司	244
一、企业概况	244
二、2007-2008年财务分析	244
三、2008年经营状况	249
第七节 广东九州阳光传媒股份有限公司	254
一、企业概况	254
二、2007-2008年财务分析	255
三、2008年经营状况	259
第八节 陕西广电网络传媒股份有限公司	260
一、企业概况	260
二、2007-2008年财务分析	261
三、2008年经营状况	265
第九节 成都博瑞传播股份有限公司	268
一、企业概况	268
二、2007-2008年财务分析	269
三、2008年经营状况	273
第十节 分众传媒（中国）控股有限公司	274
一、企业概况	274
二、产品与服务	275
三、2008年经营状况	277

第四部分 行业发展趋势及投资

第十二章 行业发展趋势及预测 279

第一节 全球广告行业发展及预测 279

- 一、2008年全球广告支出增长预测 279
- 二、2008-2010年全球广告预算情况 279
- 三、2008-2009年广告行业发展前景 281

第二节 中国广告行业发展趋势及预测 283

- 一、2009年中国广告市场趋势解析 283
- 二、2008-2009年中国广告行业发展前景 286
- 三、2008-2010年中国对全球广告市场的推动 287
- 四、2009年中国广告市场发展与新媒体趋势 288

第三节 互动广告的发展趋势及预测 291

- 一、2009年互动广告在广告市场的份额预测 291
- 二、2008-2012年全球主要网络广告市场发展预测 292
- 三、2008-2012年亚太手机付费搜索广告市场预测 295
- 四、2008年我国主要形式网络广告市场分析预测 296
- 五、2008-2010年中国网络广告发展趋势预测 300
- 六、2008-2011年中国网络广告市场规模预测 302
- 七、2008-2009年游戏内置广告发展趋势分析 303
- 八、2008-2009年我国网盟广告市场发展预测 306

第十三章 2008-2009年行业发展影响因素 308

第一节 宏观经济环境分析 308

- 一、2008年上半年宏观经济运行分析 308
- 二、2008年3季度宏观经济运行分析 312
- 三、2008年全国工业利润的增长情况 317
- 四、2008年居民消费价格的分类指数 320
- 五、2009年社会经济形势发展的预测 324

第二节 奥运对广告行业的影响分析 326

- 一、2008年北京奥运催热全球广告业 326
- 二、2008年奥运促进全球广告市场增长情况 328
- 三、2008年全球广告商为奥运竞争投入情况 329
- 四、2008年奥运拉动中国网络广告市场情况 330

五、2008年奥运对广告市场格局的深远影响	334
第三节 金融危机对行业的影响分析	335
一、2008-2010年美国网络广告损失预测	335
二、2009年亚洲广告预算受金融危机影响情况	337
三、2008年金融危机对中国广告行业影响分析	338
四、2008年金融危机对新媒体广告市场的影响	339
五、2008年金融危机对中国广告增长前景的稀释	340

第十四章 2008-2009年广告行业投资分析 342

第一节 媒体广告行业投资特性 342

- 一、中国广告行业经营环境分析 342
- 二、各类广告媒体的优势及特性 347

第二节 广告投资预算的数量分析 351

- 一、广告投资的重要性分析 351
- 二、广告投资预算量的确定 352
- 三、广告投资预算理论的应用 354

第三节 中国广告行业投资分析 355

- 一、2008年外商投资广告企业新规施行 355
- 二、2008年媒体和广告行业的投资情况 355
- 三、2008年中国无线广告成风投新热点 357
- 四、2008-2010年中国广告市场投资机会 357

图表目录

图表：中国广告业演变的三个阶段的主要特征	4
图表：中国广告业结构关系	5
图表：中国广告业活动过程	5
图表：广告在品牌传播中对消费者的影响作用	20
图表：2004-2008年全球主要地区广告市场规模	25
图表：2008年美国广告主及广告代理投放网络广告的主要原因	34
图表：2006-2012年美国网络广告及广告市场规模	35
图表：2008年9月主要行业人才需求占总需求比例图	42
图表：2007年中国大陆主要报刊广告经营额及增长	52

图表：2007年各类报纸广告经营额同比增长率 52

图表：2007年各类杂志广告经营额同比增长率 53

图表：2007年中国报刊主要行业广告经营额同比增长 55

图表：2003-2007年全国报刊广告刊登额及增长率 56

图表：2008年1季度报纸杂志广告总量同比变化 56

图表：2008年1季度主要报刊、杂志广告份额 57

图表：2008年1季度主要类别报刊广告份额 57

图表：2008年1季度重点行业广告活跃度 58

图表：2007-2008年2季度中国地铁移动电视市场规模 93

图表：广播广告与其他广告的优劣势比较 99

图表：受众接触广播与电视的时间习惯比较 100

图表：中国广播媒体的现状 104

图表：1994-2004年中国广播广告收入增长情况 104

图表：2007年度中国交通广播广告创收排名表(71家会员单位) 105

图表：2007/2008年同期网络广告市场状况比较 136

图表：2007/2008年同期网络广告价值估算 137

图表：2008年各月TOP100广告主市场价值估算 137

图表：2008年各月TOP100网络媒体市场价值估算 137

图表：2008年10月TOP10广告行业类型 138

图表：2008年10月广告价值估算TOP10广告主推广项目数和创意数 139

图表：2008年10月奥运会三个级别广告主网络投放状况 140

图表：2008年1-10月中国品牌网络广告投放费用及增长率 141

图表：2008年1-10月主要网站品牌广告投放费用 142

图表：2008年第2季度中国互联网广告主要厂商市场份额 145

图表：2008年1-6月奥运会赞助商网络广告投放费用比例 147

图表：2007年7月-2008年6月奥运赞助商网络广告投放费用分布 148

图表：2006-2008年房地产行业网络广告投放情况 149

图表：2006-2008年汽车行业网络广告投放情况 150

图表：2000-2006年韩国移动广告的发展 159

图表：2006年我国移动广告不同类型收入比例 160

图表：用户对被动接受移动广告的态度 161

图表：用户对接受wap广告的态度 162

图表：2006年和2011年全球移动广告收入构成比较 163

图表：2011年全球移动广告收入发展预测 163

图表：搜索广告市场竞争 178

图表：2003-2007年google部分 财务数据 179

图表：wpp在2008年前两个月收购情况 180

图表：2006-2011年互联网广告与传统通广告增长对比 181

图表：2002-2006年wpp部分 财务数据 182

图表：中视金桥国际传播集团组织架构 215

图表：2007-2008年中视金桥国际传媒控股有限公司财务摘要 217

图表：2007-2008年中视金桥国际传媒控股有限公司按频道划分之收入 217

图表：2007-2008年中视金桥国际传媒控股有限公司简明合并损益表 218

图表：2007-2008年中视金桥国际传媒控股有限公司简明合并资产负债表 219

图表：2007-2008年中视金桥国际传媒控股有限公司简明合并现金流量表 220

图表：2007-2008年中视金桥国际传媒控股有限公司其他收入 220

图表：2007-2008年中视金桥国际传媒控股有限公司所得税前溢利 221

图表：2007-2008年中视金桥国际传媒控股有限公司所得税开支 221

图表：2007-2008年中视金桥国际传媒控股有限公司股息 221

图表：2007-2008年中视金桥国际传媒控股有限公司应收账款及其它应收款 222

图表：2007-2008年中视金桥国际传媒控股有限公司应收关联人士款项 222

图表：2007-2008年中视金桥国际传媒控股有限公司现金及现金等价物 223

图表：2007-2008年中视金桥国际传媒控股有限公司应付帐款及其他应付款 223

图表：2008年上半年中视传媒股份有限公司主营构成 225

图表：2007-2008年中视传媒股份有限公司每股指标 226

图表：2007-2008年中视传媒股份有限公司获利能力 226

图表：2007-2008年中视传媒股份有限公司经营能力 226

图表：2007-2008年中视传媒股份有限公司偿债能力 226

图表：2007-2008年中视传媒股份有限公司资本结构 227

图表：2007-2008年中视传媒股份有限公司发展能力 227

图表：2007-2008年中视传媒股份有限公司现金流量 227

图表：2007-2008年中视传媒股份有限公司主营业务收入 227

图表：2007-2008年中视传媒股份有限公司主营业务利润 228

图表：2007-2008年中视传媒股份有限公司营业利润 228

图表：2007-2008年中视传媒股份有限公司利润总额 228

图表：2007-2008年中视传媒股份有限公司净利润 229

图表：2008年上半年北京巴士传媒股份有限公司主营构成 233

图表：2007-2008年北京巴士传媒股份有限公司每股指标 233

图表：2007-2008年北京巴士传媒股份有限公司获利能力 234

图表：2007-2008年北京巴士传媒股份有限公司经营能力 234

图表：2007-2008年北京巴士传媒股份有限公司偿债能力 234

图表：2007-2008年北京巴士传媒股份有限公司资本结构 234

图表：2007-2008年北京巴士传媒股份有限公司发展能力 234

图表：2007-2008年北京巴士传媒股份有限公司现金流量 235

图表：2007-2008年北京巴士传媒股份有限公司主营业务收入 235

图表：2007-2008年北京巴士传媒股份有限公司主营业务利润 235

图表：2007-2008年北京巴士传媒股份有限公司营业利润 236

图表：2007-2008年北京巴士传媒股份有限公司利润总额 236

图表：2007-2008年北京巴士传媒股份有限公司净利润 236

图表：TOM户外传媒集团组织架构 238

图表：TOM户外传媒集团户外媒体资源 241

图表：2008年上半年湖南电广传媒股份有限公司主营构成 244

图表：2007-2008年湖南电广传媒股份有限公司每股指标 245

图表：2007-2008年湖南电广传媒股份有限公司获利能力 245

图表：2007-2008年湖南电广传媒股份有限公司经营能力 246

图表：2007-2008年湖南电广传媒股份有限公司偿债能力 246

图表：2007-2008年湖南电广传媒股份有限公司资本结构 246

图表：2007-2008年湖南电广传媒股份有限公司发展能力 246

图表：2007-2008年湖南电广传媒股份有限公司现金流量 246

图表：2007-2008年湖南电广传媒股份有限公司主营业务收入 247

图表：2007-2008年湖南电广传媒股份有限公司主营业务利润 247

图表：2007-2008年湖南电广传媒股份有限公司营业利润 247

图表：2007-2008年湖南电广传媒股份有限公司利润总额 248

图表：2007-2008年湖南电广传媒股份有限公司净利润 248

图表：2008年上半年广东九州阳光传媒股份有限公司主营构成 255

图表：2007-2008年广东九州阳光传媒股份有限公司每股指标 255

图表：2007-2008年广东九州阳光传媒股份有限公司获利能力 256

图表：2007-2008年广东九州阳光传媒股份有限公司经营能力 256

图表：2007-2008年广东九州阳光传媒股份有限公司偿债能力 256

图表：2007-2008年广东九州阳光传媒股份有限公司资本结构 256

图表：2007-2008年广东九州阳光传媒股份有限公司发展能力 257

图表：2007-2008年广东九州阳光传媒股份有限公司现金流量 257

图表：2007-2008年广东九州阳光传媒股份有限公司主营业务收入 257

图表：2007-2008年广东九州阳光传媒股份有限公司主营业务利润 257

图表：2007-2008年广东九州阳光传媒股份有限公司营业利润 258

图表：2007-2008年广东九州阳光传媒股份有限公司利润总额 258

图表：2007-2008年广东九州阳光传媒股份有限公司净利润 259

图表：2008年上半年陕西广电网络传媒股份有限公司主营构成 261

图表：2007-2008年陕西广电网络传媒股份有限公司每股指标 261

图表：2007-2008年陕西广电网络传媒股份有限公司获利能力 261

图表：2007-2008年陕西广电网络传媒股份有限公司经营能力 262

图表：2007-2008年陕西广电网络传媒股份有限公司偿债能力 262

图表：2007-2008年陕西广电网络传媒股份有限公司资本结构 262

图表：2007-2008年陕西广电网络传媒股份有限公司发展能力 262

图表：2007-2008年陕西广电网络传媒股份有限公司现金流量 263

图表：2007-2008年陕西广电网络传媒股份有限公司主营业务收入 263

图表：2007-2008年陕西广电网络传媒股份有限公司主营业务利润 263

图表：2007-2008年陕西广电网络传媒股份有限公司营业利润 264

图表：2007-2008年陕西广电网络传媒股份有限公司利润总额 264

图表：2007-2008年陕西广电网络传媒股份有限公司净利润 264

图表：2008年上半年成都博瑞传播股份有限公司主营构成 269

图表：2007-2008年成都博瑞传播股份有限公司每股指标 270

图表：2007-2008年成都博瑞传播股份有限公司获利能力 270

图表：2007-2008年成都博瑞传播股份有限公司经营能力 270

图表：2007-2008年成都博瑞传播股份有限公司偿债能力 270

图表：2007-2008年成都博瑞传播股份有限公司资本结构 271

图表：2007-2008年成都博瑞传播股份有限公司发展能力 271

图表：2007-2008年成都博瑞传播股份有限公司现金流量 271

图表：2007-2008年成都博瑞传播股份有限公司主营业务收入 271

图表：2007-2008年成都博瑞传播股份有限公司主营业务利润 272

图表：2007-2008年成都博瑞传播股份有限公司营业利润 272

图表：2007-2008年成都博瑞传播股份有限公司利润总额 273

图表：2007-2008年成都博瑞传播股份有限公司净利润 273

图表：楼宇液晶电视媒体效果 276

图表：传统家庭电视与商务楼宇液晶电视广告效果比较 277

图表：2006-2011年全球社会化网络广告支出及增长率 293

图表：2006-2011年全球社交网站网络广告市场规模 294

图表：2007-2011年全球手机付费搜索广告市场收入规模及增长率 295

图表：2007-2012年亚太手机付费搜索广告市场收入规模及增长率 296

图表：2008年上半年宏观经济形势 308

图表：2008年1-6月国民生产总值 309

图表：2008年1-6月农业生产总值 309

图表：2008年1-6月工业生产生产总值 309

图表：2008年1-6月固定资产投资总值 310

图表：2008年1-6月社会消费品零售总额 310

图表：2008年1-6月居民消费价格总水平 310

图表：2008年1-6月进出口总额 311

图表：2008年1-6月城镇就业情况 311

图表：2008年1-6月城乡居民收入情况 311

图表：2003-2007年国内生产总值及其增长速度 312

图表：2004-2008年6月国内生产总值增长趋势图 315

图表：2000-2008年6月城镇固定资产投资名义增速及实际增速 315

图表：2006-2008年5月我国出口累计同比增速对比 316

图表：2006-2008年5月社会消费品零售总额实际累计同比增速对比 316

图表：1993-2007年各国GDP增速 316

图表：2008年1-7月规模以上工业增加值分月增速 318

图表：2008年1-7月轻重工业增加值增速 318

图表：2008年1-7月我国工业品出口交货分月增速 318

图表：2008年1-7月流通环节 生产资料价格月涨幅 319

图表：2008年1-7月工业品和原燃料价格月同比 319

图表：2008年1月居民消费价格分类指数分析 320

图表：2008年2月居民消费价格分类指数分析 320

图表：2008年3月居民消费价格分类指数分析 321

图表：2008年4月居民消费价格分类指数分析 321

图表：2008年5月居民消费价格分类指数分析 322

图表：2008年6月居民消费价格分类指数分析 322

图表：2008年7月居民消费价格分类指数分析 323

图表：2008年8月居民消费价格分类指数分析 323

图表：2008年9月居民消费价格分类指数分析 324

图表：2007-2008年3季度中国网络广告市场规模 331

图表：2007-2008年3季度中国主要形式网络广告市场份额比较 332

图表：企业是否做广告的利润差别分析 351

图表：企业理论上一般会选择利润公式 353

图表：企业投资最合适的利润计算公式 353

详细请访问：<http://www.cction.com/report/200812/8408.html>