

2023-2029年中国媒体广告 产业发展现状与投资潜力分析报告

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

《2023-2029年中国媒体广告产业发展现状与投资潜力分析报告》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/202308/398474.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

中企顾问网发布的《2023-2029年中国媒体广告产业发展现状与投资潜力分析报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局市场服务行业的重要决策参考依据。

报告目录：第一章 媒体广告行业概况 第一节 广告的分类 第二节 行业市场现状分析 一、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 媒体广告行业投资特性分析 第一节 媒体广告行业投资特性 一、中国媒体广告经营的生态环境（一）媒体广告经营的生态链（二）两个市场、两类消费者（三）媒体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 媒体广告行业产品分析 第一节 媒体广告产品现状 一、中国广告业产品概况 二、广告经营生态环境研究 第二节 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 媒体广告行业市场竞争格局 第一节 报刊广告市场 一、全国报刊广告形势分析（一）报刊广告总量颓势持续（二）报纸与杂志的位置“此消彼长”（三）报纸的局势：“几家欢喜几家愁”（四）广告行业分布是广告政策与行业发展共同作用的产物 二、报刊分类广告情况（一）时尚类杂志广告情况（二）财经类报纸广告情况（三）社会新闻类报纸广告情况（四）计算机类杂志广告情况（五）平面广告投放情况（六）药品报刊广告（一）药品报刊广告情况（二）药品报刊广告情况 三、房地产行业广告投放情况 四、机动车行业广告投放情况 五、通讯行业投放广告情况 六、医疗机构行业投放广告情况 七、家电行业投放广告情况 第二节 电视广告市场 一、电视广告的特点 二、电视广告市场综述 三、十大受欢迎电视广告 四、楼宇电视广告市场竞争格局 第三节 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 第四节 户外广告市场 一、户外广告概况 二、户外广告十大新趋势 三、户外广告异军突起 四、户外广告调查报告 第五节 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（

