

# 2023-2029年中国广播广告 市场深度分析与投资前景报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2023-2029年中国广播广告市场深度分析与投资前景报告》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/202306/365978.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年中国广播广告市场深度分析与投资前景报告》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 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 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

## 第四章 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

## 第五章 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

## 部分图表目录

- 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 5：2022-2023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 7：2019-2022年工业增加值月度同比增长速度（单位：%）
- 图表 8：2019-2022年中国社会消费品零售总额月度情况（单位：亿元）
- 图表 9：2019-2022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 10：2022-2023年中国人均消费性支出情况（单位：元，%）
- 图表 11：2022-2023年中国人均消费性支出结构（单位：%）
- 图表 12：2017-2022年消费者预期指数、满意指数和信心指数表

图表 13：2019-2022年中国广告市场规模及增长率（单位：亿元，%）

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202306/365978.html>