

# 2006-2007年广告业研究年度报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

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

## 一、报告报价

《2006-2007年广告业研究年度报告》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.abaogao.com/b/chuanmei/2241283BIN.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

[b]2006-2007年广告业研究年度报告 内容介绍：[/b]

[b]一、行业简介 [/b]

(一) 行业定义及范围界定

(二) 发展历史回顾

- 1、中国广告业的恢复时期（1979-1981年）
- 2、初步发展时期（1981-1992年）
- 3、高速发展时期（1992-2002年）
- 4、发展完善时期（2002年至今）

[b]二、宏观环境分析 [/b]

(一) 政策法律分析

- 1、宏观法律
- 2、监管体系

(二) 经济分析

- 1、经济增长
- 2、城镇居民家庭人均可支配收入与恩格尔系数
- 3、城镇人员从业状况
- 4、存贷款利率变化
- 5、财政收支状况
- 6、社会消费品零售总额

(三) 社会人口分析

- 1、人口规模分析
- 2、年龄结构分析
- 3、学历结构分析

[b]三、市场分析 [/b]

(一) 市场规模

(二) 产品结构

- 1、户外广告
- 2、电视广告
- 3、网络广告
- 4、报刊广告

### (三) 市场结构

1、区域市场结构

2、垂直市场结构

3、平行市场结构

### (四) 市场特征

1、市场规模保持高增长

2、市场结构逐渐变化

### [b]四、市场竞争分析 [/b]

#### (一) 集中度分析

1、广告公司营业额前10名市场占有率

2、媒介单位营业额前10名市场占有率

3、集中度状态描述及趋势

#### (二) 价值链分析

#### (三) 行业生命周期分析

### [b]五、主要厂商分析 [/b]

#### (一) 中国中央电视台

1、市场份额

2、主营业务收入与利润状况

#### (二) 上海文广新闻传媒集团

1、市场份额

2、主营业务收入与利润状况

#### (三) 深圳报业集团

1、市场份额

2、主营业务收入与利润状况

#### (四) 盛世长城国际广告有限公司

#### (五) 北京未来广告公司

### [b]六、市场发展趋势分析 [/b]

#### (一) 市场规模预测

#### (二) 市场结构预测

1、区域市场结构预测

2、产品市场结构预测

### [b]七、市场发展策略与建议 [/b]

(一) 产品策略

(二) 渠道策略

(三) 市场投资机会建议

[b]表目录[/b]

表 1 按行业细分的城镇从业人员数量

表 2 2005年中国内地各省、市、自治区面积与人口状况

表 3 2000-2006年广告业经营情况

表 4 2006年4月户外广告投放费用前10名行业

表 5 我国报刊广告销售额及增长率

表 6 2005年广告营业额前五名地区经营情况

表 7 2003-2005年广告费投放额十大行业

表 8 2005年广告公司营业额前10名企业

表 9 2005年媒介单位营业额前10名市场占有率

表 10 产业生命周期主要特征列表

表 11 2005年中央电视台广告销售额及市场份额

表 12 2005年上海文广新闻传媒集团广告销售收入及市场份额

表 13 2005年深圳报业集团广告销售额及市场份额

表 14 2005年盛世长城国际广告有限公司广告销售额及市场份额

表 15 2005年北京未来广告公司广告营业额及市场份额

表 16 1998-2006年广告业市场销售额与自变量数值

表 17 多元线形回归的数据预测

表 18 2007-2011年中国广告业(广告业市场分析)市场销售额预测

[b]图目录[/b]

图 1 2002-2006年中国国内生产总值及增长情况

图 2 2002-2006年中国城镇居民家庭人均可支配收入与恩格尔系数

图 3 2003-2005年中国城镇从业人员数量

图 4 1997-2006年中国存款利率变动情况

图 5 1997-2006年中国贷款利率变动情况

图 6 2001-2005年中国财政收支状况

图 7 2001-2005年中国财政收支增长状况及财政收入占GDP比重

图 8 2001-2005年中国财政收支结构

图 9 2001-2005年社会零售品销售总额及增长率

- 图 10 1986-2005年中国人口数量与增长率情况
- 图 11 2005年末中国人口年龄结构
- 图 12 2005年末中国学历结构
- 图 13 2000-2006年广告业营业额及增长率
- 图 14 1991-2006年广告业营业额增长率变化
- 图 15 1999-2005年户外广告营业额及增长率
- 图 16 1999-2005年户外广告销售额占全国销售额比重
- 图 17 1990年、2002年、2004-2005年电视台广告销售额及占全国销售额比重
- 图 18 2002-2006年网络广告销售额及增长率
- 图 19 2002-2006年网络广告销售额占广告业销售额的比重
- 图 20 我国报刊广告销售总额及占广告业销售额比重
- 图 21 2000-2005年广告业区域市场结构
- 图 22 2005年广告营业额前五名地区经营情况
- 图 23 中国广告二十年发展市场垂直结构
- 图 24 2003-2005年广告费投放额十大行业所占比重
- 图 25 2005年中国广告业前10名(广告业前10名市场分析)市场占有率
- 图 26 2005年媒介单位营业额市场占有率
- 图 27 广告业价值链
- 图 28 2007-2011年中国广告业(广告业市场分析)市场销售额预测

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/chuanmei/2241283BIN.html>