

# 2013-2017年中国广告行业 全景调研及机遇预测报告

## 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

《2013-2017年中国广告行业全景调研及机遇预测报告》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/224128A45N.html>

报告价格：印刷版：RMB 7200 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

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

### 第一章、广告行业相关概述

#### 第一节、广告业定义、分类及原则

- 一、广告的定义
- 二、广告的功能
- 三、广告的种类
- 四、广告的原则

#### 第二节、广告的实质与作用分析

- 一、广告的实质与构成分析
- 二、广告策划的程序制定
- 三、广告的市场定价作用探析
- 四、广告对消费流行的影响作用分析
- 五、广告对公共领域的影响分析

#### 第三节、广告与品牌、营销关系概述

- 一、广告影响力与品牌传播的关联作用分析
- 二、广告创造品牌的过程策略分析
- 三、广告的定位与品牌的塑造解析
- 四、企业的品牌定位与广告策略探析
- 五、广告与营销战略的关系解析
- 六、广告创作在营销传播中要注意的问题

### 第二章、世界广告业发展综合分析

#### 第一节、世界广告业发展分析

- 一、世界广告发展历程
- 二、世界广告媒体发展历史
- 三、世界广告业的逻辑发展轨迹解析
- 四、2010年全球广告费用下降
- 五、中东局势及日本地震影响全球广告支出
- 六、2011年世界广告支出概况

#### 第二节、美国广告业发展分析

- 一、美国现代广告的发展

- 二、2011年美国上半年广告支出情况
- 三、2011年上半年美国传统媒体广告收入可观
- 四、2011年美国互联网广告营收大涨
- 五、2015年美国美网络广告支出预测

### 第三节、日本广告行业发展状况分析

- 一、日本广告的发展历程及特色解析
- 二、日本现代广告的发展分析
- 三、2009年日本广告市场收入情况
- 四、2010年日本主要广告主费用支出状况
- 五、日本地震影响国内数码相机户外广告
- 六、2011上半财年日本两大广告商上收入减半
- 七、2011年日本媒体广告总收入情况

### 第四节、英国广告行业发展分析

- 一、英国电视广告的政策与规定解析
- 二、经济复苏刺激英国广告业恢复增长
- 三、英国监管机构开始允许电视植入广告
- 四、2010年英国网络广告大幅增长
- 五、2011年第二季度英国广告支出下降
- 六、2011年上半年英国网络广告支出情况
- 七、2014年英国网络广告发展预测

### 第五节、俄罗斯广告行业发展分析

- 一、俄罗斯的部分广告种类浅析
- 二、2009年俄罗斯广告市场发展特点
- 三、2010年俄罗斯广告市场发展
- 四、俄罗斯互联网广告发展迅猛
- 五、俄罗斯平面广告发展情况

### 第六节、世界广告业发展趋势分析

- 一、全球经济一体化下广告业的趋势变革
- 二、全球广告市场发展预测
- 三、2012年全球广告支出预测
- 四、2012年全球移动广告行业趋势分析
- 五、新兴市场将带动全球广告业发展

## 六、2016年全球在线广告支出预测

### 第三章、中国广告行业发展分析

#### 第一节、中国广告业综述

- 一、中国现代广告的发展历程
- 二、中国广告业发展的市场环境分析
- 三、我国广告行业呈良好发展态势
- 四、我国广告业的发展变化
- 五、我国广告业步入营销策划时代
- 六、广告成为文化传播的重要载体

#### 第二节、2004-2008年中国广告行业发展回顾

- 一、2004年中国广告业统计数据分析
- 二、2005年中国广告业发展分析
- 三、2006中国广告市场发展特点分析
- 四、2007年中国广告业发展状况
- 五、2008年中国广告市场总体分析

#### 第三节、2009-2011年中国广告行业的发展

- 一、2009年我国广告业发展分析
- 二、2009年我国广告市场总体规模进入世界前列
- 三、2009年我国广告市场监管整治成效显著
- 四、2010年中国广告业呈现复苏迹象
- 五、2010年中国广告业经营总体状况
- 六、2010年中国广告业细分领域投放状况
- 七、2011年上半年中国广告市场稳定发展
- 八、2011年前三季度中国广告市场透析

#### 第四节、中国广告市场上的外资发展分析

- 一、中国广告产业外资影响分析
- 二、国外广告公司加速进军中国
- 三、外资加速在华新媒体广告业布局
- 四、全球广告巨头中国市场竞争动态分析
- 五、2009年外资广告公司强势崛起
- 六、全球广告巨头抢占中国网络广告市场

## 第五节、中国广告行业创意发展分析

- 一、现代广告传播中的创意理论简析
- 二、世界多元文化对广告创意的影响分析
- 三、后现代主义影响下中国特色广告创意理念探索
- 四、中国广告作品创意趋势分析

## 第六节、广告市场存在问题分析

- 一、广告行业存在的复杂因素解析
- 二、中国广告行业的“多米诺效应”分析
- 三、广告业的市场壁垒效应分析
- 四、阻碍中国广告行业发展的四大问题解析
- 五、中国广告行业面临的困境分析
- 六、中国广告市场洗牌在即

## 第七节、广告市场发展对策分析

- 一、中国广告行业要实行集团化发展
- 二、中国广告教育需要新思维
- 三、要牢记广告的“根本”
- 四、有效广告投放途径分析

## 第四章、中国电视广告发展分析

### 第一节、电视媒体发展状况

- 一、电视媒体在传统四大媒体中的地位
- 二、2009年中国电视媒体的改革创新发展
- 三、我国电视媒体国际化道路剖析
- 四、我国高端电视媒体的建设
- 五、互联网助推电视广告社会化

### 第二节、电视广告发展历程及特征分析

- 一、中国电视广告产业发展历程概况
- 二、电视广告的分类及优缺点
- 三、电视广告的语言特点解析
- 四、消费者身份认同应用于电视广告语境的综析
- 五、视觉文化环境下电视广告的发展
- 六、电视广告的审美特性分析

### 第三节、中国电视广告市场发展分析

- 一、我国电视广告市场发展格局
- 二、2011年上半年我国电视广告市场运行状况
- 三、中国移动电视市场规模分析
- 四、数字电视广告业的发展概况
- 五、数字电视广告市场发展空间大
- 六、网游挺进电视广告之门

### 第四节、中国省、地市级电视媒体广告市场分析

- 一、中国省、地市级电视媒体广告市场发展概况
- 二、中国省、地市级电视媒体广告市场发展特点
- 三、促进省、地市级电视媒体广告市场发展的主要因素
- 四、中国省地市级电视媒体广告业发展前景好

### 第五节、限娱令、限广令对电视广告的影响

- 一、限娱令及限广令助推网络视频抢占电视广告份额
- 二、“限娱令”对电视广告业带来的影响
- 三、电视广告价格受限娱令影响上升幅度大
- 四、限广政策规范电视广告业的发展分析

### 第六节、电视广告市场存在的问题及对策分析

- 一、中国电视广告营销面临的挑战
- 二、电视广告市场恶俗广告问题及策略解析
- 三、电视广告价值的提升之路
- 四、“分众时代”下电视广告营销策略探析

## 第五章、中国报纸广告发展分析

### 第一节、报纸媒体发展概况

- 一、解析中国报业经营改革中的边缘突破
- 二、报纸业在网络媒体冲击下的发展分析
- 三、解析报纸的多元化经营
- 四、数字化时代下对报纸业发展的思考
- 五、中国报业仍有发展机会

### 第二节、报纸广告市场状况分析

- 一、iPad渐成报纸广告市场的潮流载体

- 二、2010年中国报纸广告市场特点分析
- 三、2010年我国报纸广告增长概况
- 四、2011年1-11月我国报纸广告的发展状况
- 五、2011年6-11月报纸广告投放排名浅析

### 第三节、北、上、广三地报纸广告分析

- 一、北、上、广三大城市报纸广告竞争格局分析
- 二、苏宁电器位居北上广报纸广告主排名第一
- 三、北京地产类主要报纸的广告价值概况

### 第四节、报纸广告的挑战及发展

- 一、国内报纸广告收入增长减缓亟须创新
- 二、高费用导致报纸广告向网络媒体转变
- 三、网络时代亦存报纸广告的增长空间
- 四、报纸与网络的广告经营整合策略解析
- 五、报纸广告创新经营途径探析
- 六、我国报纸广告的经营策略分析

### 第五节、报纸分类广告发展状况

- 一、报纸分类广告的概念特点
- 二、报纸分类广告的特点与针对经营策略
- 三、报纸分类广告市场综合分析
- 四、报纸分类广告的市场化运作对策及前景展望
- 五、报纸分类广告的机遇及发展对策分析
- 六、报纸分类广告的发展与展望

## 第六章、中国期刊杂志广告市场分析

### 第一节、中国期刊行业发展概述

- 一、我国期刊业的总体状况及运行趋势
- 二、“十一五”期间我国期刊业的改革发展成就
- 三、2010年我国期刊发行业发展整体回顾
- 四、2010年期刊数字化大事记盘点
- 五、阻碍我国期刊行业良好发展的三大因素分析
- 六、我国网络期刊的优劣势及发展对策
- 七、我国期刊行业发展的策略探析



## 第二节、期刊杂志广告市场状况

- 一、期刊广告的优势分析
- 二、2009年我国期刊广告市场运行分析
- 三、2010-2011年杂志广告主的排名状况
- 四、新媒体时代下期刊广告的发展探析

## 第三节、电子杂志广告市场分析

- 一、电子杂志广告的基本概述
- 二、电子杂志广告的种类及特点
- 三、促进电子杂志广告良好发展的对策
- 四、电子杂志助推广告营销模式的转型

## 第四节、期刊杂志广告的营销分析

- 一、中国杂志广告迈入整合行销时代
- 二、杂志广告经营形态与营销路径解析
- 三、期刊广告实行营销创新的必要性分析
- 四、期刊广告营销创新途径解析

## 第五节、期刊广告行业发展前景分析

- 一、未来杂志广告市场发展形势预测
- 二、中国期刊业广告发展前景广阔
- 三、期刊广告市场未来发展前景可期

## 第七章、中国广播广告发展分析

### 第一节、中国广播媒体发展分析

- 一、中国广播发展的总体概况
- 二、2009年中国广播媒体市场发展分析
- 三、2010年我国广播媒体实现快速发展
- 四、3G时代我国广播行业的发展分析
- 五、广播在新媒体时代下面临的挑战与机遇
- 六、广播媒介产业化问题与对策探析

### 第二节、广播广告发展概述

- 一、广播媒体独特的广告价值简析
- 二、广播广告的发展进程简析
- 三、2009年中国广播广告投放状况分析

- 四、2009年中国广播广告业发展态势
- 五、2010年我国广播广告市场运行良好
- 六、2011年1-9月中国广播广告市场发展简况

### 第三节、广播广告的经营发展分析

- 一、中国广播广告呈现多元化经营形态
- 二、广播媒体广告的经营优势剖析
- 三、中国广播广告的主要经营模式分析
- 四、我国广播广告市场经营存在的问题
- 五、我国广播广告经营思路和对策探讨

### 第四节、中国广播广告的品牌竞争与营销

- 一、地方广播媒体广告营销的三种基本模式
- 二、提升品牌打造广播广告经营的核心竞争力
- 三、广播媒体的广告价格营销及剩余时间营销
- 四、广播品牌营销时代的广播广告经营策略
- 五、广播广告营销的三阶段论及其特点
- 六、广播广告的数据化营销详解

## 第八章、户外广告市场分析

### 第一节、户外广告发展概述

- 一、世界户外广告发展历史
- 二、户外广告的投放特点
- 三、户外广告投放的影响因素浅析
- 四、户外广告对城市文化的影响分析
- 五、户外广告发展形式分析

### 第二节、户外广告市场发展分析

- 一、2009年户外电子屏广告市场发展情况
- 二、2009年地方政府掀起户外广告业整顿浪潮
- 三、2010年户外广告市场的竞争分析
- 四、户外广告行业的经营与利润分析

### 第三节、2011年中国户外广告市场投放状况

- 一、2011年1-3月国际腕表品牌成户外广告主力
- 二、2011年1-3月中国啤酒类户外广告增速放缓

- 三、2011年1-4月电子商务网站进军户外广告业
- 四、2011年1-5月美容瘦身类户外广告发展势头猛
- 五、2011年上半年我国洗发护发类户外广告发展状况
- 六、2011年1-7月冰雪食品类户外广告进入高峰期
- 七、2011年1-10月楼市户外广告投放呈上扬趋势

#### 第四节、户外广告市场存在的问题及对策

- 一、我国户外广告发展中存在的问题
- 二、浅析户外广告发展中的法律问题
- 三、LED户外广告监管面临的困扰及发展策略
- 四、促进户外广告发展的对策分析
- 五、户外广告应当积极融入城市
- 六、规范户外广告市场发展的措施

#### 第五节、户外广告市场趋势前景分析

- 一、户外广告业未来发展趋势展望
- 二、未来我国户外广告发展方向分析
- 三、未来中国户外广告市场发展机会探析
- 四、户外广告互联网化转变方式发展展望

### 第九章、网络广告市场发展分析

#### 第一节、互联网产业发展状况分析

- 一、2009年中国互联网行业发展分析
- 二、2010年中国互联网行业热点透析
- 三、2011年三大互联网平台的发展分析
- 四、2011年中国移动互联网市场增长强劲
- 五、未来移动网络的九大趋势预测

#### 第二节、互联网广告市场形势分析

- 一、我国互联网广告商机逐渐显现
- 二、2009年中国网络广告业发展盘点
- 三、2010年我国网络广告市场规模分析
- 四、2010年我国网络广告行业焦点事件盘查
- 五、2011年我国网络广告市场全面解析
- 六、网络游戏广告营销手段升级

### 第三节、网络视频广告市场面临发展机遇

- 一、网络视频广告传播优势明显
- 二、网络视频广告发展迅速的原因分析
- 三、2011年4-6月我国网络视频广告涨势强劲
- 四、2011年7-9月我国网络视频广告市场发展回顾
- 五、视频网络广告市场发展潜力大
- 六、网络视频广告应避免走数量过多之路

### 第四节、互联网广告趋势前景分析

- 一、网络广告市场发展空间大
- 二、未来网络广告发展展望剖析
- 三、我国网络广告市场发展趋向预测
- 四、网络广告智能化趋势浅析
- 五、互联网广告媒体营销将发生变革

## 第十章、其它形式广告市场分析

### 第一节、移动广告业务发展分析

- 一、移动广告的优势与价值链分析
- 二、我国移动广告平台化发展更具优势
- 三、移动广告市场进入群雄竞争格局
- 四、3.0时代下移动广告市场发展局势或将转变
- 五、移动广告业务开发的关键因素分析
- 六、中国移动广告产业链的两种基本模式评析
- 七、移动广告业务的发展策略

### 第二节、手机广告市场综合分析

- 一、手机广告的基本概念及特征解析
- 二、我国手机广告发展态势解析
- 三、移动网络的发展激发手机广告激烈竞争
- 四、3G时代手机广告成为国内企业重要营销渠道
- 五、手机广告市场发展的趋向透析

### 第三节、手机广告存在的问题与对策分析

- 一、手机广告的主要制约因素分析
- 二、我国手机广告发展存在的阻碍及对策

三、3G时代手机广告发展要重视标准化建设

四、企业开展手机广告业务的相关建议

#### 第四节、隐性广告发展分析

一、隐性广告的产生及发展状况

二、隐性广告的传播推广综述

三、植入式广告市场规模庞大趋向多样性发展

四、我国植入式广告在质疑声中发展

五、植入式广告的优势与缺点

六、植入式广告营销面临的挑战及对策

七、植入式广告应注意的问题

#### 第五节、其它形式广告

一、邮政商函广告业务发展的趋势和对策

二、发展邮送广告业务的策略分析

三、国内直邮广告发展空间分析

四、动漫广告发展势头强劲

五、地铁广告的投放策略

六、洗手间广告市场发展潜力探析

### 第十一章、中国广告业重点区域市场分析

#### 第一节、北京

一、北京广告市场发展历程

二、北京广告业持续平稳健康发展

三、北京广告业发展全国居首

四、2011年北京广播广告发展

五、北京出台政策支持广告业发展

六、北京广告业发展目标解析

七、2015年北京广告业发展前景分析

#### 第二节、上海

一、上海广告业发展现状分析

二、上海广告公司经营状况及策略分析

三、上海户外广告设施管理办法施行

四、上海报纸广告业的困境和发展对策

## 五、上海广告业发展扶持政策出台

### 第三节、浙江

- 一、浙江出台广告产业提升发展意见
- 二、浙江广告产业发展指导意见的导向性解读
- 三、浙江出台的广告业扶持政策解读
- 四、浙江互联网广告市场具有发展潜力

### 第四节、湖北

- 一、湖北省广告业发展状况及其特点
- 二、湖北省出台多项政策扶持广告业发展
- 三、湖北省广告业发展对策和建议
- 四、湖北完善广告业政策确保实现2015年发展目标

### 第五节、山东

- 一、山东省广告业发展迅猛
- 二、山东省广告业发展获政策支持
- 三、山东广告业发展面临挑战和机遇

### 第六节、广东

- 一、广东降低文化产业门槛支持广告业
- 二、广州出台户外广告管理新政策
- 三、深圳市为加快广告业发展创造良好政策环境

## 第十二章、世界五大广告集团分析

### 第一节、国际广告集团发展概况

- 一、世界五大广告集团发展回顾
- 二、国际广告集团加速在华扩张步伐
- 三、国际广告集团的经营模式解析

### 第二节、OMNICOM集团

- 一、OMNICOM集团简介
- 二、2009财年OMNICOM经营状况分析
- 三、2010年度宏盟集团经营状况
- 四、2011年前三季度宏盟集团经营状况

### 第三节、WPP集团

- 一、集团简介

- 二、WPP集团的成长战略轨迹分析
- 三、WPP集团对外并购战略剖析
- 四、2009年WPP集团经营状况
- 五、2010年WPP集团经营状况
- 六、2011年前三季度WPP集团经营状况

#### 第四节、INTERPUBLIC GROUP

- 一、INTERPUBLIC简介
- 二、2009年财年INTERPUBLIC经营状况分析
- 三、2010年INTERPUBLIC集团经营状况
- 四、2011年前三季度INTERPUBLIC集团经营状况

#### 第五节、阳狮集团

- 一、集团简介
- 二、实力传播公司发展状况
- 三、2009年阳狮集团集团经营状况
- 四、2010年阳狮集团集团经营状况
- 五、2011年前三季度阳狮集团集团经营状况

#### 第六节、日本电通集团

- 一、电通集团简介
- 二、2010财年日本电通集团经营状况
- 三、2011财年日本电通集团经营状况
- 四、2012财年上半年日本电通集团经营状况

### 第十三章、中国本土广告公司发展分析

#### 第一节、广东省广告有限公司

- 一、公司简介
- 二、2010年1-12月省广股份经营状况分析
- 三、2011年1-9月省广股份经营状况分析

#### 第二节、昌荣传播

- 一、公司简介
- 二、2010年昌荣传播经营状况分析
- 三、2011年前三季度昌荣传播经营状况分析

#### 第三节、其他本土广告企业简介

- 一、上海广告有限公司
- 二、三人行广告有限公司
- 三、京维传凯普广告传播有限公司

#### 第四节、中国广告公司发展状况概述

- 一、本土广告公司的发展优势
- 二、中国网络广告代理公司竞争格局
- 三、本土广告公司开辟新业务应对国际竞争
- 四、金融危机下本土广告公司平稳发展
- 五、本土广告公司发展的方向透析

#### 第五节、广告公司面临的问题

- 一、广告公司内忧与外患
- 二、传统型广告代理公司的生存现状堪忧
- 三、国内广告公司自身存在的主要问题
- 四、新媒体给传统广告公司带来强势挑战

#### 第六节、广告公司发展的策略措施

- 一、本土广告公司的转型战略
- 二、本土广告公司持续发展的对策
- 三、塑造本土广告公司核心竞争力的对策
- 四、中国本土广告公司的出路解析
- 五、本土广告公司应该与品牌共同发展

### 第十四章、广告业竞争状况分析

#### 第一节、中国媒体竞争状况

- 一、媒体行业市场竞争环境
- 二、“全媒体时代”下传统媒体核心竞争力分析
- 三、传统媒体应对新媒体挑战的策略分析
- 四、提高媒体竞争力要着重把握四大基点
- 五、未来传媒业竞争将逐步走向融合

#### 第二节、中国媒体广告经营的竞争态势分析

- 一、创意成为富媒体广告主要竞争手段
- 二、新形势下我国媒体广告的竞争业态浅析
- 三、媒体广告经营的焦点在于品牌竞争



#### 四、媒体广告经营竞争的关键要素

### 第三节、各媒体广告市场竞争综合分析

- 一、互联网与传统广告的竞争形势透析
- 二、我国互联网广告新竞争模式剖析
- 三、技术成为网络广告业竞争的核心
- 四、我国应完善立法规范网络广告竞争行为
- 五、邮送广告的市场竞争策略分析

### 第四节、中国广告市场竞争对策

- 一、提升中国广告行业竞争力的建议
- 二、媒体广告经营的竞争需要改革和创新
- 三、媒体广告价值的科学评价是竞争的基本道德标准
- 四、媒体广告市场的份额竞争策略

## 第十五章、中国广告业投资及发展趋势分析

### 第一节、投资政策环境分析

- 一、发改委提指导意见促广告业发展
- 二、港澳在粤投资广告业不再需要北京审批
- 三、福州出台措施扶持广告业发展

### 第二节、中国广告业投资机会分析

- 一、“第五媒体”广告市场孕育巨大商机
- 二、海峡两岸广告业合作迎来三大契机
- 三、移动电视媒体广告价值受肯定
- 四、国际广告公司积极开发二线城市
- 五、国内多层资本市场优势为广告行业提供机遇
- 六、中国广告业面临新的发展环境

### 第三节、中国广告行业发展趋势分析

- 一、中国广告业发展展望
- 二、中国广告业发展的下一个市场潮流
- 三、中国广告行业未来趋势分析
- 四、我国广告业的发展方向
- 五、二十一世纪广告业发展总体趋势展望
- 六、2013-2017年中国广告业预测分析

## 附录

附录一：中华人民共和国广告法

附录二：广告管理条例

附录三：广告管理条例施行细则

附录四：广告基本准则

附录五：广播电视广告播出管理办法

附录六：广电总局关于进一步加强广播电视广告播出管理的通知

附录七：广告业税收政策

附录八：外商投资广告企业管理规定

## 图表目录：

图表1 广告概念的类别

图表2 2001-2011美国互联网广告营收情况

图表3 日本广告费市场份额

图表4 2011年上半年数码相机户外广告月投放趋势同期对比

图表5 2011年上半年数码相机品牌前5位广告投放同期对比

图表6 部分世界级大广告主及其主要广告代理集团

图表7 欧洲前10位的媒介公司

图表8 各地区的广告支出

图表9 各地区的广告支出份额

图表10 各种类型的互联网广告支出

图表11 各种媒介的广告支出

图表12 各种媒介的广告支出份额

图表13 2006-2008年我国广告投放额

图表14 2006-2008年我国广告经营额

图表15 1981-2008年中国广告经营额与国内生产总值

图表16 1981-2008年中国广告收入增长率

图表17 2005-2008年中各地区广告业发展情况

图表18 2008年中国各类广告经营单位发展情况

图表19 2007-2008年各行业广告投放额

图表20 2007年中国广告业发展基本情况

- 图表21 2007年中国广告经营单位发展情况
- 图表22 2007年四大媒体广告经营状况
- 图表23 2007年中国媒介单位广告营业额前10位
- 图表24 2007年经营广告的网站情况
- 图表25 2007年广告投放行业分布
- 图表26 2007年中国广告公司营业额前10位
- 图表27 中国GDP增长率
- 图表28 中国广告量增长趋势
- 图表29 2009中国广告量类别及广告主增长状态
- 图表30 2009全国各地区广告经营状况
- 图表31 2009年查处违法广告最多的十个行业
- 图表32 2011年1-9月中国广告花费
- 图表33 2010-2011年9月中国各媒体广告刊例花费同比增幅对比
- 图表34 2011年1-9月中国广告花费行业TOP5
- 图表35 2011年前三季度TOP5行业广告刊例花费占比
- 图表36 2011年1-9月中国广告花费品牌TOP10
- 图表37 2009年广告公司经营情况
- 图表38 2010年中国公交地铁电子屏广告市场规模
- 图表39 我国广告行业分类图
- 图表40 我国电视台市场份额变化对比
- 图表41 省、地市级电视媒体广告投放增长率与GDP增长的关系
- 图表42 1981-2008年我国广告经营额与国内生产总值
- 图表43 2009年我国各地区广告业发展状况
- 图表44 2009年我国各类广告经营单位发展情况
- 图表45 2011年1-11月报纸媒体投放价值曲线图
- 图表46 2011年1-11月我国报纸广告状况
- 图表47 2011年1-11月包括广告刊登及同步增长率
- 图表48 2011年1-11月我国房地产广告规模
- 图表49 2011年广告投放前10行业构成
- 图表50 2011年6月报纸广告排名前20的媒体
- 图表51 2011年7月报纸广告排名前20的媒体
- 图表52 2011年8月报纸广告排名前20的媒体

- 图表53 2011年9月报纸广告排名前20的媒体
- 图表54 2011年10月报纸广告排名前20的媒体
- 图表55 2011年1-11月报纸媒体累计前20名状况
- 图表56 2011年7月北京报纸广告主前五名情况
- 图表57 2011年7月上海报纸广告主前五名情况
- 图表58 2011年7月广州报纸广告主前五名情况
- 图表59 2011年8月北京报纸广告主前五名情况
- 图表60 2011年8月上海报纸广告主前五名情况
- 图表61 2011年8月广州报纸广告主前五名情况
- 图表62 2011年9月北京报纸广告主前五名情况
- 图表63 2011年9月上海报纸广告主前五名情况
- 图表64 2011年9月广州报纸广告主前五名情况
- 图表65 2011年11月北京报纸广告主前五名情况
- 图表66 2011年11月上海报纸广告主前五名情况
- 图表67 2011年11月广州报纸广告主前五名情况
- 图表68 2010年12类期刊全国40城市零售销量指数总排名
- 图表69 2010年全国女性高码洋时尚类期刊零售市场发展现状
- 图表70 2009-2010年女性高码洋时尚类期刊整体销量变化
- 图表71 2010年下半年女性高码洋时尚类期刊市场份额变化
- 图表72 2010年下半年女性中码洋期刊12城市市场份额对比
- 图表73 2010年男性时尚类期刊销量情况
- 图表74 2010年主要男性时尚类期刊销量变化情况
- 图表75 2010年下半年男性时尚类期刊市场份额对比
- 图表76 2010年汽车类期刊整体平均销量走势对比图
- 图表77 2010年全国五大区域汽车类期刊整体平均销量走势图
- 图表78 2001-2009年大陆杂志广告增长走势
- 图表79 2010年12月时尚类杂志广告主前五名情况
- 图表80 2010年12月经管类杂志广告主前五名情况
- 图表81 2010年12月汽车类杂志广告主前五名情况
- 图表82 2010年12月电子电脑类杂志广告主前五名情况
- 图表83 2011年1月时尚类杂志广告主前五名情况
- 图表84 2011年1月汽车类杂志广告主前五名情况

- 图表85 2011年4月杂志广告投放排名TOP20
- 图表86 2011年5月杂志广告投放排名TOP20
- 图表87 2011年6月杂志广告投放排名TOP20
- 图表88 2011年7月电子电脑类杂志广告注TOP5
- 图表89 2011年7月经管类杂志广告主前五名情况
- 图表90 2011年7月汽车类杂志广告主前五名情况
- 图表91 2011年7月时尚类杂志广告主前五名情况
- 图表92 2011年8月电子电脑类杂志广告主前五名情况
- 图表93 2011年8月经管类杂志广告主前五名情况
- 图表94 2011年8月汽车类杂志广告主前五名情况
- 图表95 2011年8月时尚类杂志广告主前五名情况
- 图表96 2011年9月电子电脑类杂志广告主前五名情况
- 图表97 2011年9月经管类杂志广告主前五名情况
- 图表98 2011年9月汽车类杂志广告主前五名情况
- 图表99 2011年9月时尚类杂志广告主前五名情况
- 图表100 2011年10月电子电脑类杂志广告主前五名情况
- 图表101 2011年10月经管类杂志广告主前五名情况
- 图表102 2011年10月汽车类杂志广告主前五名情况
- 图表103 2011年10月时尚类杂志广告主前五名情况
- 图表104 2011年11月汽车类杂志广告主前五名情况
- 图表105 2011年11月时尚类杂志广告主前五名情况
- 图表106 2008-2009年听众收听广播的频率
- 图表107 2009年全国各类频率的市场份额
- 图表108 2009年广播广告全天不同时段广告投放变化
- 图表109 2009年广播广告投放TOP5品牌
- 图表110 2009年广播广告月度投放变化趋势
- 图表111 广告价格-广告饱和度-广告收入关系模型
- 图表112 不同客户投放特征的频道年度饱和度分布
- 图表113 中央人民广播电台中国之声2009年广告年度价格营销方案
- 图表114 2006-2009年中国户外电子屏广告市场收入增长情况
- 图表115 2009年中国户外电子屏广告细分市场占比情况
- 图表116 2011年1季度腕表广告前十品牌占比

- 图表117 2011年1季度前十名的腕表品牌状况
- 图表118 2011年一季度前五品牌腕表广告市场选择
- 图表119 2011年1季度前五品牌腕表广告媒体选择情况
- 图表120 2010年Q1和2011年Q1啤酒广告投放对比
- 图表121 2011年1季度啤酒广告区域分布
- 图表122 2010年Q1和2011年Q1TOP5啤酒品牌广告投放同期对比
- 图表123 2011年1-4月网站类户外广告月投放趋势
- 图表124 2011年1-4月TOP10品牌占网站类户外广告投放比例
- 图表125 2011年1-4月TOP2团购品牌户外广告月投放趋势
- 图表126 2011年1-4月TOP3电子商务品牌户外广告月投放趋势
- 图表127 2011年1-4月TOP3门户网站户外广告月投放趋势
- 图表128 2011年1-5月美容类户外广告月投放趋势同期对比
- 图表129 2011年1-5月美容类户外广告市场选择
- 图表130 2011年1-5月TOP5美容品牌户外广告投放对比
- 图表131 2011年上半年洗发护发用品户外广告月投放趋势
- 图表132 2011年上半年洗发护发用品户外广告媒体选择
- 图表133 2011年上半年洗发护发用品户外广告客户占比
- 图表134 2011年1-7月冰雪食品类户外广告月投放趋势
- 图表135 2011年1-7月冰雪食品类户外广告媒体选择
- 图表136 2011年1-7月冰雪食品类TOP5品牌户外广告投放对比
- 图表137 2011年1-10月一线城市住宅类户外广告月投放趋势
- 图表138 2011年1-10月一线城市住宅类户外广告媒体分析
- 图表139 2011年1-10月一线城市住宅类TOP5品牌户外广告月投放对比
- 图表140 2007-2010年新浪微博和开心网百度指数对比
- 图表141 2009-2010年新浪微博和开心网谷歌指数对比
- 图表142 2006-2011年中国移动互联网市场规模
- 图表143 2006-2011年中国移动互联网细分结构占比
- 图表144 2010年-2011年各季度中国移动互联网市场规模
- 图表145 2008年Q1-2010年Q4中国网络广告市场规模
- 图表146 北上两地区电视与视频广告的品牌投放对比
- 图表147 各主要媒介广告的品牌认知、喜好和预购的对比
- 图表148 2009年Q4-2011年Q2中国网络视频市场广告收入

- 图表149 2010年Q1-2011年Q3中国网络视频市场广告收入
- 图表150 1990-2007年湖北省广告业发展情况一览表
- 图表151 2007-2009年OMNICOM综合损益表
- 图表152 2009年OMNICOM不同地区市场收入情况
- 图表153 2008-2009年OMNICOM不同类别收入情况
- 图表154 2009-2010年宏盟集团综合损益表
- 图表155 2010年宏盟集团不同业务收入情况表
- 图表156 2009-2010年宏盟集团不同地区收入情况表
- 图表157 2010-2011年前三季度宏盟集团综合损益表
- 图表158 2007-2009年WPP集团综合损益表
- 图表159 2007-2009年WPP集团不同部门收入和利润情况
- 图表160 2007-2009年WPP集团分地区销售额情况
- 图表161 2007-2009年WPP集团分地区息税前利润情况
- 图表162 2008-2010年WPP集团综合损益表
- 图表163 2008-2010年WPP集团不同部门收入和利润情况
- 图表164 2008-2010年WPP集团分地区销售额情况
- 图表165 2008-2010年WPP集团分地区息税前利润情况
- 图表166 2010-2011年前三季度WPP集团分地区销售额情况
- 图表167 2010-2011年前三季度WPP集团分部门销售额情况
- 图表168 2007-2009年INTERPUBLIC综合损益表
- 图表169 2007-2009年INTERPUBLIC不同地区收入情况
- 图表170 2007-2009年INTERPUBLIC不同部门收入情况
- 图表171 2008-2010年INTERPUBLIC集团综合损益表
- 图表172 2008-2010年INTERPUBLIC集团不同部门经营状况
- 图表173 2009-2010年INTERPUBLIC集团不同地区收入情况表
- 图表174 2010-2011年前三季度INTERPUBLIC集团综合损益表
- 图表175 2008-2009年阳狮集团综合损益表
- 图表176 2008-2009年阳狮集团不同地区收入情况表
- 图表177 2009-2010年阳狮集团综合损益表
- 图表178 2009-2010年阳狮集团不同地区收入情况表
- 图表179 2011年前三季度阳狮集团收入情况表
- 图表180 2010-2011年前三季度阳狮集团不同地区收入情况表

- 图表181 2009-2010财年日本电通集团综合损益表
- 图表182 2006-2010财年日本电通集团不同业务收入和利润情况
- 图表183 2006-2010财年日本电通集团不同地区收入和利润情况
- 图表184 2009-2011财年日本电通集团综合损益表
- 图表185 2011财年日本电通集团不同部门销售额和利润情况
- 图表186 2011财年日本电通集团不同地区销售额和利润情况
- 图表187 2011-2012财年上半年日本电通集团综合损益表
- 图表188 2012财年上半年日本电通集团不同部门销售额和利润情况
- 图表189 2012财年上半年日本电通集团不同地区销售额和利润情况
- 图表190 2010年1-12月省广股份非经常性损益项目及金额
- 图表191 2008年-2010年省广股份主要会计数据
- 图表192 2008年-2010年省广股份主要财务指标
- 图表193 2010年1-12月省广股份主营业务分行业情况
- 图表194 2010年1-12月省广股份主营业务分产品情况
- 图表195 2010年1-12月省广股份主营业务分地区情况
- 图表196 2011年1-9月省广股份主要会计数据及财务指标
- 图表197 2011年1-9月省广股份非经常性损益项目及金额
- 图表198 2009-2010年昌荣传播损益表
- 图表199 2010年昌荣传播分部门经营情况
- 图表200 2011年前三季度昌荣公司损益表（未审核）
- 图表201 2011年第三季度昌荣公司分部门收入情况
- 图表202 2007年国内十大互联网广告代理公司排名
- 图表203 2005-2008年中国网络广告市场企业实力矩阵
- 图表204 互联网广告市场各运营商份额
- 图表205 Google部分财务数据
- 图表206 2008年1-2月WPP公司收购情况
- 图表207 WPP公司部分财务数据
- 图表208 2013-2017年全国广告经营额预测

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/chuanmei/224128A45N.html>