

2014-2020年中国电子媒体 广告行业研究及投资潜力研究报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2014-2020年中国电子媒体广告行业研究及投资潜力研究报告》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/998477ZJ03.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

第一章 电子媒体广告行业概况 1

第一节 电子媒体广告行业分类 1

第二节 电子媒体广告行业市场现状分析 1

一、电子媒体广告市场现状 1

二、中国广告业发展概况 4

（一）恢复和发展时期 4

（二）高速发展时期 7

（三）稳定发展阶段 12

第二章 电子媒体广告行业投资特性分析 15

第一节 电子媒体广告行业投资特性 15

一、中国电子媒体广告经营的生态环境 15

（一）广告经营的生态链 16

（二）两个市场、两类消费者 17

（三）广告经营的宏观环境 19

二、广告理念 20

第二节 行业相关政策分析 25

一、我国广告代理制的特点 25

二、烟草广告的相关政策 26

第三章 电子媒体广告行业产品分析 28

第一节 广告产品现状 28

一、中国电子媒体广告业产品概况 28

二、广告经营生态环境研究 35

第二节 电子媒体广告经营存在的问题 40

一、广告价格混乱 40

二、媒体与广告公司间的矛盾 40

三、监测数据不可信 40

四、服务上的缺陷 41

第四章电子媒体广告行业市场竞争格局 41

第一节 电视广告市场 41

- 一、电视广告的特点 41
- 二、2014年电视广告市场综述 44
- 三、2014年十大受欢迎电视广告 45
- 四、楼宇电视广告市场竞争格局 47
- 五、房地产行业广告投放情况 53
- 六、通讯行业投放广告情况 54
- 七、医疗机构行业投放广告情况 56
- 八、家电行业投放广告情况 58

第二 广播广告市场 60

- 一、广播广告的特性 60
 - (一) 交流感与意境性 61
 - (二) 流动感与兼作性 62
 - (三) 无限性与全面性 63
 - (四) 低投入与高回报 63
- 二、广播传播公司的作用 65
 - (一) 传播公司与产品品牌 65
 - (二) 广播传播的特殊性 66
 - (三) 专业广播的飞跃 67
 - (四) 定向移动传播 68
- 三、广播广告的艺术性 71
- 四、广播广告之间的竞争 72
 - (一) 广播广告的新发展 73
 - (二) 北京广播电台 74
 - (三) 广播电台的独特性 75
 - (四) 竞争的焦点 75
- 五、广播广告发展中的问题 76
 - (一) 广播广告存在的问题 76

(二) 应对措施 78

六、广播发展的影响因素 79

(一) 影响因素概况 79

(二) 互联网技术对广播业的影响 80

(三) DAB技术对广播业的影响 81

(四) 计算机网络技术对电台整体运作模式的影响 83

第三节 网络广告 85

一、网络广告现状 85

二、网络广告的优势 87

(一) 网络广告的特点 87

(二) 网络广告的优势 89

三、网络媒体发展现状 90

(一) 2014年中国网络媒体发展现状 90

(二) 2014年网络媒体发展现状 93

(三) 2014年网络媒体发展现状 101

第四节 无线广告 110

一、无线广告介绍 110

二、无线广告市场发展状况 111

第五节 国际市场分析 111

一、国际广告市场分析 111

二、全球广告业走向 112

三、俄罗斯广告市场现状 114

四、美国广告市场现状 115

第五章 行业著名品牌企业介绍 117

第一节 广东省广告公司 117

一、公司简介 117

二、品牌优势 117

三、专有的代理权限 118

第二节 中国广告联合总公司 118

一、公司简介 118

二、服务中心 118

第三节 中视彩虹广告 121

一、公司简介 121

二、公司业务范围 121

三、公司合作伙伴 121

第四节 广州市星际艺术传播有限公司 122

一、公司简介 122

二、服务群 122

第五节 CCTV广告 123

一、网络广告形式 123

二、推荐频道 123

三、CCTV.com优势 127

第六节 歌华有线 129

一、企业简介 129

二、企业发展历程 129

三、公司经营状况 130

四、主要供应商情况 132

五、2014年公司资产负债情况 132

六、2014年公司主要财务费用情况 133

第七节 东方明珠 134

一、企业简介 134

二、下属公司 135

三、公司经营状况 136

第六章 行业发展预测 137

第一节 电子媒体广告行业发展趋势预测 137

一、中国将成为全球第二大广告市场 137

二、亚洲网络广告收益预测 138

第二节 WTO对广告市场的影响 138

一、加入WTO给广告业带来的商机 139

二、加入WTO可能对广告产生的冲击 139

三、发展对策 141

【图表目录】

图表 2014年5月电视媒体广告投放情况 44

图表 2014年5月电视媒体前十位品牌的投放排名及花费情况 45

图表 2014年十大受欢迎电视广告 46

图表 2014年度中国十大受欢迎电视广告作品 46

图表 2011 VS 2014年1—5月房地产行业电视广告投放次数前十位城市 53

图表 2011 VS 2014年1 - 3月房地产行业电视广告投放次数前十位城市增幅对比 54

图表 2011年 - 2014年中国通讯服务行业网络广告投放对比 55

图表 2011年 - 2014年中国通讯服务行业网络广告主投放TOP10 56

图表 2011年 - 2014年中国医疗服务行业网络广告投放对比 57

图表 2011年 - 2014年中国医疗服务行业网络广告主投放TOP10 58

图表 2014年5月家电行业广告品牌前10强监测 59

图表 2014年12电视媒体广告投放监测 59

图表 2014年5月广播媒体前十位行业类别的投放排名及花费情况 60

图表 2014年5月广播媒体前十位品牌的投放排名及花费情况 61

图表 2011 - 2014年美国广告市场发展状况 115

图表 2014年美国电子媒体广告投放情况 116

图表 2012、2014年歌华有线主营业务收入、利润、净利润 131

图表 2014年歌华有线有线电视网络传输业务经营状况 131

图表 2014年歌华有线主营业务分地区情况表 131

图表 2014年歌华有线主营业务收入、利润、净利润 132

图表 2014年歌华有线资产负债变化情况 132

图表 2012、2014年歌华有线主要费用情况 133

图表 报告期公司的现金流量构成情况 134

langt U > E 8% pan>图表：2014年浙江广厦每股指标分析

图表：2014年浙江广厦成长能力指标分析

图表：2014年浙江广厦盈利能力指标分析

图表：2014年浙江广厦盈利质量指标分析

图表：2014年浙江广厦运营能力指标分析

图表：2014年浙江广厦财务风险指标分析

图表：2014年合肥城建归属净利润
图表：2014年合肥城建每股指标分析
图表：2014年合肥城建成长能力指标分析
图表：2014年合肥城建盈利能力指标分析
图表：2014年合肥城建盈利质量指标分析
图表：2014年合肥城建运营能力指标分析
图表：2014年合肥城建财务风险指标分析
图表：2014年上海建工归属净利润
图表：2014年上海建工每股指标分析
图表：2014年上海建工成长能力指标分析
图表：2014年上海建工盈利能力指标分析
图表：2014年上海建工盈利质量指标分析
图表：2014年上海建工运营能力指标分析
图表：财务风险指标分析
图表：上海中心大厦
图表：上海中心大厦建筑物性质
图表：上海中心大厦信息表
图表：2001-2008我国建筑企业市场集中度

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/chuanmei/998477ZJ03.html>