

2015-2020年中国电子媒体 广告市场研究与投资潜力分析报告

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

《2015-2020年中国电子媒体广告市场研究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.abaogao.com/b/chuanmei/G35327YE45.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

报告目录

第一章 电子媒体广告行业概况

第一节 电子媒体广告行业分类

第二节 电子媒体广告行业市场现状分析

一、电子媒体广告市场现状

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 电子媒体广告行业投资特性分析

第一节 电子媒体广告行业投资特性

一、中国电子媒体广告经营的生态环境

(一) 广告经营的生态链

(二) 两个市场、两类消费者

(三) 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 电子媒体广告行业产品分析

第一节 广告产品现状

一、中国电子媒体广告业产品概况

二、广告经营生态环境研究

第二节 电子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 电子媒体广告行业市场竞争格局

第一节 电视广告市场

一、电视广告的特点

二、2013-2014年电视广告市场综述

三、2013年十大受欢迎电视广告

四、楼宇电视广告市场竞争格局

五、房地产行业广告投放情况

六、通讯行业投放广告情况

七、医疗机构行业投放广告情况

八、家电行业投放广告情况

第二节 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

第三节 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

(一) 2013年中国网络媒体发展现状

(二) 2013年网络媒体发展现状

(三) 2014年网络媒体发展现状

第四节 无线广告

一、无线广告介绍

二、无线广告市场发展状况

第五节 国际市场分析

一、国际广告市场分析

二、全球广告业走向

三、俄罗斯广告市场现状

四、美国广告市场现状

第五章 行业著名品牌企业介绍

第一节 广东省广告公司

一、公司简介

二、品牌优势

三、专有的代理权限

第二节 中国广告联合总公司

一、公司简介

二、服务中心

第三节 中视彩虹广告

一、公司简介

二、公司业务范围

三、公司合作伙伴

第四节 广州市星际艺术传播有限公司

一、公司简介

二、服务群

第五节 CCTV广告

一、网络广告形式

二、推荐频道

三、CCTV.com优势

第六节 歌华有线

一、企业简介

二、企业发展历程

三、公司经营状况

四、主要供应商情况

五、公司资产负债情况

六、公司主要财务费用情况

第七节 东方明珠

一、企业简介

二、下属公司

三、公司经营状况

第六章 行业发展预测

第一节 电子媒体广告行业发展趋势预测

一、中国将成为全球第二大广告市场

二、亚洲网络广告收益预测

第二节 WTO对广告市场的影响

一、加入WTO给广告业带来的商机

二、加入WTO可能对广告产生的冲击

三、发展对策

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/chuanmei/G35327YE45.html>