

# 2021-2027年中国平面媒体 广告市场分析与市场前景预测报告

## 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

《2021-2027年中国平面媒体广告市场分析与市场前景预测报告》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/M93271VP4W.html>

报告价格：印刷版：RMB 8000 电子版：RMB 8000 印刷版+电子版：RMB 8200

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

平面广告，若从空间概念界定，泛指现有的以长、宽两维形态传达视觉信息的各种广告媒体的广告；若从制作方式界定，可分为印刷类、非印刷类和光电类三种形态；若从使用场所界定，又可分为户外、户内及可携带式三种形态；若从设计的角度来看，它包含着文案、图形、线条、色彩、编排诸要素。平面广告因为传达信息简洁明了，能瞬间扣住人心，从而成为广告的主要表现手段之一。平面广告设计在创作上要求表现手段浓缩化和具有象征性，一幅优秀的平面广告设计具有充满时代意识的新奇感，并具有设计上独特的表现手法和感情。

智研数据研究中心发布的《2021-2027年中国平面媒体广告市场分析与市场前景预测报告》共八章。首先介绍了中国平面媒体广告行业市场发展环境、平面媒体广告整体运行态势等，接着分析了中国平面媒体广告行业市场运行的现状，然后介绍了平面媒体广告市场竞争格局。随后，报告对平面媒体广告做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国平面媒体广告行业发展趋势与投资预测。您若想对平面媒体广告产业有个系统的了解或者想投资中国平面媒体广告行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第一章平面媒体广告相关概述

第一节广告业综述

一、广告的分类

二、广告行业结构

第二节广告的创作

一、广告语言的创新手法

二、意识形态广告的视觉美学

三、现代广告与传统民族文化的融合

四、广告的创意

第三节平面媒体广告简述

一、平面媒体广告分类

二、平面广告的性质、形式、内容

三、平面广告设计

## 第二章2015-2019年中国平面媒体广告业运行环境分析

### 第一节2015-2019年中国宏观经济环境分析

- 一、国民经济运行情况GDP(季度更新)
- 二、消费价格指数CPI、PPI（按月度更新）
- 三、全国居民收入情况（季度更新）
- 四、恩格尔系数（年度更新）
- 五、工业发展形势（季度更新）
- 六、固定资产投资情况（季度更新）
- 七、社会消费品零售总额
- 八、对外贸易&进出口

### 第二节2015-2019年中国平面媒体广告业政策环境分析

- 一、中华人民共和国广告法
- 二、互联网信息服务管理办法
- 三、北京市网络广告管理暂行办法
- 四、浙江省网络广告登记管理暂行办法
- 五、广告管理条例实施细则
- 六、广告经营许可证管理办法
- 七、广告语言文字管理暂行规定
- 八、户外广告登记管理规定
- 九、临时性广告经营管理办法

### 第三节其它细分行业平面媒体广告监管政策

- 一、《保健食品广告审查暂行规定》
- 二、农药广告审查办法
- 三、兽药广告审查办法
- 四、房地产广告发布暂行规定

### 第四节2015-2019年中国平面媒体广告业社会环境分析

## 第三章2015-2019年国内外广告业整体运行形势透析

### 第一节2015-2019年国际广告业运行状况

- 一、行业呈现多寡头垄断的竞争格局
- 二、拉丁美洲和亚太地区成为广告市场增长最快的地区
- 三、互联网成为增长最快的广告媒体
- 四、全球商业广告行业规模增速放缓
- 五、商业广告行业收益分析
- 六、2015-2019年全球广告支出情况分析
- 七、经济风暴对国际广告行业的冲击

## 第二节2015-2019年中国广告行业运行总况

- 一、中国广告业规模跃居世界第二
- 二、三大主流媒体广告收入状况
- 三、我国广告公司数量增速放缓
- 四、外资加速在华新媒体广告业布局
- 五、2015-2019年中国广告行业创意发展分析
- 六、中国广告业属于高增长国家
- 七、中国广告市场的投放额
- 八、近几年中国广告市场花费总额同比分析
- 九、中国广告业面临的机遇与挑战分析

## 第四章2015-2019年中国平面媒体广告运行新态势剖析

### 第一节中国平面媒体广告发展历程

- 一、恢复和发展时期
- 二、高速发展时期
- 三、稳定发展阶段

### 第二节2015-2019年中国平面媒体广告新形势分析

- 一、平面媒体广告市场特点分析
- 二、电视、报纸、杂志、电台和户外媒体广告投放增长率分析
- 三、广告经营生态环境研究
- 四、2015-2019年平面媒体广告总量颓势持续
- 五、报纸与杂志的位置“此消彼长”
- 六、报纸的局势：“几家欢喜几家愁”

### 第三节2015-2019年中国媒体广告发展中存在的问题分析

- 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

第四节2015-2019年中国平面媒体广告发展战略分析

一、影响报业广告走势的变量

二、国内报纸广告的创新策略分析

三、提高杂志发行量的策略分析

四、报业广告经营模式和增长方式研究

五、e时代都市报广告的经营策略分析

第五章2015-2019年中国平面媒体广告主要投放行业市场运行态势分析

第一节2015-2019年中国平面媒体广告投放区域分析

一、地区广告经营热点纷呈

二、全国各地区广告经营额前五位

三、全国各地区广告经营额的同比变化分析

第二节2015-2019年中国平面媒体广告投放主要集中行业分析

一、房地产

二、药品

三、食品

四、汽车

五、IT

六、化妆品

七、地板平面媒体广告投放量

第六章中国重点广告企业运营关键性财务数据分析

第一节广东九州阳光传媒股份有限公司(002181)

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

五、企业偿债能力分析

四、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

## 第二节中国经营报

### 一、中国经营报概况

### 二、广告结构

### 三、广告价格表

### 四、经营状况

## 第三节经济观察报

### 一、经济观察报概况

### 二、目标读者

### 三、广告价格表

### 四、广告营业额状况

## 第四节中视传媒股份有限公司（600088）

### 一、企业概况

### 二、企业主要经济指标分析

### 三、企业盈利能力分析

### 五、企业偿债能力分析

### 四、企业运营能力分析

### 六、企业成长能力分析

## 第五节北京巴士传媒股份有限公司（600386）

### 一、企业概况

### 二、企业主要经济指标分析

### 三、企业盈利能力分析

### 五、企业偿债能力分析

### 四、企业运营能力分析

### 六、企业成长能力分析

## 第六节湖南电广传媒股份有限公司（000917）

### 一、企业概况

### 二、企业主要经济指标分析

### 三、企业盈利能力分析

### 五、企业偿债能力分析

### 四、企业运营能力分析

### 六、企业成长能力分析

## 第七节陕西广电网络传媒股份有限公司（600831）

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 五、企业偿债能力分析
- 四、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

#### 第八节成都博瑞传播股份有限公司（600880）

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 五、企业偿债能力分析
- 四、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

### 第七章2021-2027年中国平面媒体广告行业投资战略分析

#### 第一节2015-2019年中国平面媒体广告行业投资特性

- 一、平面媒体广告经营的生态环境
  - 1、平面媒体广告经营的生态链
  - 2、两个市场、两类消费者
  - 3、平面媒体广告经营的宏观环境

#### 二、广告理念

#### 第二节2015-2019年中国平面媒体广告行业投资政策解析

- 一、我国广告代理制的特点
- 二、烟草广告的相关政策
- 三、平面媒体广告投资政策利好

#### 第三节2021-2027年中国平面媒体广告行业投资机会分析

#### 第四节2021-2027年中国平面媒体广告行业投资风险预警

- 一、宏观调控政策风险
- 二、市场竞争风险
- 三、市场运营机制风险

#### 第五节投资建议



## 第八章2021-2027年中国平面媒体广告行业前景展望

### 第一节2021-2027年中国广告行业前景分析

- 一、中国广告未来发展前景广阔
- 二、2021-2027年广告发展方向探讨
- 三、2021-2027年广告市场规模预测
- 四、2021-2027年广告市场趋势分析

### 第二节2021-2027年中国平面媒体广告趋势预测

- 一、平面媒体广告前景展望
- 二、平面媒体广告盈利预测分析

#### 部分图表目录：

图表：2015-2019年中国GDP总量及增长趋势图

图表：2015-2019年中国月度CPI、PPI指数走势图

图表：2015-2019年我国城镇居民可支配收入增长趋势图

图表：2015-2019年我国农村居民人均纯收入增长趋势图

图表：2015-2019年我国工业增加值增速统计

图表：2015-2019年我国全社会固定资产投资额走势图（2019年不含农户）

图表：我国近几年存款准备金率调整情况统计表

图表：2015-2019年中国社会消费品零售总额增长趋势图

图表：2015-2019年我国货物进出口总额走势图

图表：2015-2019年中国货物进口总额和出口总额走势图

图表：2015-2019年地板平面媒体广告月度投放量同比分析

图表：2015-2019年报刊广告及经济的增长率情况

图表：2015-2019年报纸与杂志广告刊登额

图表：2015-2019年各类报纸广告刊登额

图表：2015-2019年各类杂志广告刊登额

图表：2015-2019年报纸排名前100位

图表：2015-2019年报刊排名前15行业

图表：中国经营报历年广告营业额

更多图表见正文&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/chuanmei/M93271VP4W.html>