

# 2016-2022年中国电子媒体 广告行业市场分析及发展前景研究报告

## 报告目录及图表目录

## 一、报告报价

《2016-2022年中国电子媒体广告行业市场分析及发展前景研究报告》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.chinairr.org/report/R13/R1304/201603/16-197437.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: [sales@chyxx.com](mailto:sales@chyxx.com)

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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 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、2015年电视广告市场综述 44

##### 三、2015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

#### 第二节 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）2013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）2015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 广州市星际文化传播有限公司	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、2015年公司资产负债情况	132
六、2015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 2015年12月电视媒体广告投放情况 44

图表 2015年12月电视媒体前十位品牌的投放排名及花费情况 45

图表 2015年十大受欢迎电视广告 46

图表 2015年度中国十大受欢迎电视广告作品 46

图表 2014 VS 2015年1-12月房地产行业电视广告投放次数前十位城市 53

图表 2014 VS 2015年1-12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 - 2015年中国通讯服务行业网络广告投放对比 55

图表 2011年 - 2015年中国通讯服务行业网络广告主投放TOP10 56

图表 2011年 - 2015年中国医疗服务行业网络广告投放对比 57

图表 2011年 - 2015年中国医疗服务行业网络广告主投放TOP10 58

图表 2015年12月家电行业广告品牌前10强监测 59

图表 2015年12月电视媒体广告投放监测 59

图表 2015年12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 2015年12月广播媒体前十位品牌的投放排名及花费情况 61

图表 2009 - 2015年美国广告市场发展状况 115

图表 2015年美国电子媒体广告投放情况 116

图表 2013、2014年歌华有线主营业务收入、利润、净利润 131

图表 2015年歌华有线有线电视网络传输业务经营状况 131

图表 2015年歌华有线主营业务分地区情况表 131

图表 2015年歌华有线主营业务收入、利润、净利润 132

图表 2015年歌华有线资产负债变化情况 132

图表 2013、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

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R13/R1304/201603/16-197437.html>