

2020-2026年中国广播广告 行业研究与未来发展趋势报告

报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制

www.chinairr.org

一、报告报价

《2020-2026年中国广播广告行业研究与未来发展趋势报告》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/R03/R0305/202005/07-346092.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

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

中国广播产业规模自2019年继续保持快速的增长趋势，达到170亿元，增速达到37%的增速。2019年突破达200亿。预计在2019年达到250亿。增速的原因在于各种新媒体如日中天的发展之下，广播人开始思考数字化转型之路，新媒体的发展为广播产业注入了新的活力。

广播电台广告是现在很常见的广播形式，而且广播广告的形式做的广播宣传有很好的广告效果，很受人们喜欢。一是制作传播成本低。广播广告媒体以声音为载体，依托于网络覆盖传播。小区的档杆广告，而实现其传播途径也很简单，只需要一次性建设发射塔，以及完善网络（卫星因素不谈）。目前广播广告的传播现状是这些基础设施基本完备，无需再进行投资。所以，从制作费用来说，广播广告成本低廉。二是针对性强，见效快。由于广播发展的“窄播化”趋势，促使广播节目频道设置按听众类别来编排节目。虽然听众的分类方式多种多样，如按地域、按年龄段、按职业、按爱好区分等多种形式，但不同群体都有共同点。所以客户可以根据宣传对象的不同，在相应的节目中播放相应的广告。三是客户可以自由选择广告播放的时间，听众可以自由选择收听的地点。由于广播频道设计密度的增加，服务人群范围划分的精细，为客户商家在选择广播广告时段时提供了其他媒介所不能提供的优势。同时，由于广播携带方便，在接触不到其他媒体的环境中也能有效收听。

虽然广播产业规模增速以及随着新媒体技术的应用，尽管广播与新媒体已经有了一定程度的融合，但广播的营销创新力仍有待提高。这其中受到经济放缓、政策限制等一系列外部原因的影响，广播的广告总体投放规模较小。2019年电台广告仅占广告市场总量的3%。而导致广播增速下降的最主要原因则在于广播自身营销的创新力不够。近些年，广播的快速增长要感谢城市化发展和私家车的增长，但是回头来看，广播的创新力显然还不够。相比之下，同样是传统媒体的电视，却在2019年与2019年年实现了高速发展，究其原因就在于电视在节目内容、营销手段之上的创新，而广播广告无论在内容创新还是营销创新上，都未出现令人欣喜的表现。

报告目录

第一部分 广播广告行业发展综述

第一章 广播广告行业国内外发展概述

第一节 国际广播广告行业发展总体概况

一、2018-2019年全球广播广告行业发展概况

二、主要国家和地区发展概况

三、全球广播广告行业发展趋势

第二节 中国广播广告行业发展概况

一、2018-2019年中国广播广告行业发展概况

二、中国广播广告行业发展中存在的问题

第三节 中国广播产业的发展分析

一、广播发展的行业背景

二、广播发展困境

三、广播发展趋势

第四节 世界广告媒体发展分析

第二章 2018-2019年中国广播广告行业发展环境分析

第一节 宏观经济环境

第二节 国际贸易环境

第三节 广播广告行业政策环境

第四节 广播广告行业技术环境

第五节 国内外经济形势对广播广告行业发展环境的影响

第二部分 广播广告行业市场分析

第三章 广播广告行业市场分析

第一节 市场规模分析

一、2018-2019年广播广告行业市场规模收入及增速

二、广播广告行业市场饱和度

三、2020-2026年广播广告行业市场规模收入及增速预测

第二节 市场结构分析

第三节 市场特点分析

一、广播广告行业所处生命周期

二、技术变革与行业革新对广播广告行业的影响

三、差异化分析

第四章 广播广告行业生产分析

第一节 生产总量分析

一、2018-2019年广播广告行业投放总额及增速

二、国内外经济形势对广播广告行业生产的影响

三、2018-2019年广播广告行业生产总量及增速预测

第二节 细分区域生产分析

第三节 行业供需平衡分析

一、广播广告行业供需平衡现状

二、广播广告行业供需平衡趋势预测

第三部分 广播广告行业竞争格局分析

第五章 广播广告行业竞争分析

第一节 行业集中度分析

第二节 行业竞争格局

第三节 竞争群组

第四节 广播广告行业竞争关键因素

一、价格

二、渠道

三、产品/服务质量

四、品牌

第六章 广播广告行业产品价格分析

第一节 价格特征分析

第二节 价格与成本的关系

第三节 行业价格策略分析

第七章 广播广告行业用户分析

第一节 广播广告行业用户认知程度

第二节 广播广告行业用户关注因素

一、功能

二、内容

三、价格

四、质量

五、服务

第八章 广播广告行业替代品分析

第一节 替代品种类

第二节 替代品对广播广告行业的影响

第三节 替代品发展趋势

一、替代品发展简述

二、三大主流媒体广告收入状况分析

第四节 国内经济形势对广播广告行业替代品的影响

第九章 广播广告行业互补品分析

第一节 互补品种类

第二节 互补品对广播广告行业的影响

第三节 互补品发展趋势

第十章 广播广告行业主导驱动因素分析

第一节 国家政策导向

第二节 关联行业发展

第三节 行业技术发展

第四节 行业竞争状况

第五节 社会需求的变化

第十一章 广播广告下游行业分析

第一节 广播广告下游行业增长情况

第二节 广播广告下游行业区域分布情况

第三节 广播广告下游行业发展预测

第四节 国内外经济形势对广播广告下游行业的影响

第十二章 广播广告行业渠道分析

第一节 渠道格局

第二节 渠道形式

第三节 渠道要素对比

第四节 各区域主要代理商情况

第十三章 行业盈利能力分析

- 第一节 2018-2019年广播广告行业销售毛利率
- 第二节 2018-2019年广播广告行业销售利润率
- 第三节 2018-2019年广播广告行业总资产利润率
- 第四节 2018-2019年广播广告行业净资产利润率
- 第五节 2018-2019年广播广告行业产值利税率
- 第六节 2020-2026年广播广告行业盈利能力预测

第十四章 行业成长性分析

- 第一节 2018-2019年广播广告行业销售收入增长分析
- 第二节 2018-2019年广播广告行业总资产增长分析
- 第三节 2018-2019年广播广告行业固定资产增长分析
- 第四节 2018-2019年广播广告行业净资产增长分析
- 第五节 2018-2019年广播广告行业利润增长分析
- 第六节 2020-2026年广播广告行业增长预测

第十五章 行业偿债能力分析

- 第一节 2018-2019年广播广告行业资产负债率分析
- 第二节 2018-2019年广播广告行业速动比率分析
- 第三节 2018-2019年广播广告行业流动比率分析
- 第四节 2018-2019年广播广告行业利息保障倍数分析
- 第五节 2020-2026年广播广告行业偿债能力预测

第十六章 行业营运能力分析

- 第一节 2018-2019年广播广告行业总资产周转率分析
- 第二节 2018-2019年广播广告行业净资产周转率分析
- 第三节 2018-2019年广播广告行业应收账款周转率分析
- 第四节 2018-2019年广播广告行业存货周转率分析
- 第五节 2020-2026年广播广告行业营运能力预测

第十七章 广播广告行业重点企业分析

第一节 华闻传媒

一、企业简介及经营特色

二、企业财务指标分析比较

三、企业竞争力分析比较

四、企业发展规划

第二节 华谊兄弟

一、企业简介及经营特色

二、企业财务指标分析比较

三、企业竞争力分析比较

四、企业发展规划

第三节 中视传媒

一、企业简介及经营特色

二、企业财务指标分析比较

三、企业竞争力分析比较

四、企业发展规划

第四节 电广传媒

一、企业简介及经营特色

二、企业财务指标分析比较

三、企业竞争力分析比较

四、企业发展规划

第五节 粤传媒

一、企业简介及经营特色

二、企业财务指标分析比较

三、企业竞争力分析比较

四、企业发展规划

第六节 省广股份

一、企业简介及经营特色

二、企业财务指标分析比较

三、企业竞争力分析比较

四、企业发展规划

第七节 思美传媒

一、企业简介及经营特色

二、企业财务指标分析比较

三、企业竞争力分析比较

四、企业发展规划

第八节 蓝色光标

- 一、企业简介及经营特色
- 二、企业财务指标分析比较
- 三、企业竞争力分析比较
- 四、企业发展规划

第九节 湖北广电

- 一、企业简介及经营特色
- 二、企业财务指标分析比较
- 三、企业竞争力分析比较
- 四、企业发展规划

第十节 广电网络

- 一、企业简介及经营特色
- 二、企业财务指标分析比较
- 三、企业竞争力分析比较
- 四、企业发展规划

第十八章 重点子行业分析

第一节 子行业发展现状

第二节 子行业发展特征

第三节 子行业发展趋势

第四节 国内外经济形势对广播广告行业子行业的影响

第十九章 区域市场分析

第一节 华东地区广播广告行业发展分析

第二节 华北地区广播广告行业发展分析

一、北京

二、郑州

第三节 华中地区广播广告行业发展分析

一、武汉

二、长沙

第四节 华南地区广播广告行业发展分析

一、广州

二、深圳

第五节 东北地区广播广告行业发展分析

第六节 西部地区广播广告行业发展分析

一、重庆

二、昆明

第四部分 广播广告行业风险分析

第二十章 广播广告行业风险分析

第一节 广播广告行业环境风险

一、国际经济环境风险

二、汇率风险

三、宏观经济风险

四、宏观经济政策风险

五、区域经济变化风险

第二节 广播广告行业产业链上下游风险

一、上游行业风险

二、下游行业风险

三、其他关联行业风险

第三节 广播广告行业政策风险

一、产业政策风险

二、区域经济政策风险

第四节 广播广告行业市场风险

一、市场供需风险

二、价格风险

三、竞争风险

第五节 广播广告行业其他风险分析

第二十一章 有关建议

第一节 广播广告行业发展前景预测

一、用户需求变化预测

二、竞争格局发展预测

三、渠道发展变化预测

四、行业总体发展前景及市场机会分析

第二节 广播广告企业营销策略

一、价格策略

二、渠道建设与管理策略

三、促销策略

四、服务策略

五、品牌策略

第三节 广播广告企业投资策略

一、子行业投资策略

二、区域投资策略

三、产业链投资策略

第四节 广播广告企业应对当前经济形势策略建议

一、战略建议

二、财务策略建议

图表目录

图表：全球移动广告支出及增长

图表：2019年数字媒体广告份额

图表：2006-2019年国内生产总值及其增长速度

图表：2018-2019年国内生产总值增长速度

图表：2019年我国居民消费价格上涨情况

图表：2018-2019年我国城镇居民人均可支配收入实际增长速度

图表：2018-2019年我国农村居民人均收入实际增长速度

图表：2006-2019年全社会固定资产投资及其增长速度

图表：2006-2019年公共财政收入及其增长速度

图表：2019年末全部金融机构本外币存贷款余额及其增长速度

图表：2019年我国汇率变化情况

图表：我国人民币存贷款基准利率历次调整一览表

图表：2018-2019年我国存款准备金率调整一览表

图表：2018-2019年社会消费品零售总额及其增长速度

图表：2006-2019年我国货物进出口总额

图表：2018-2019年世界经济增长趋势

图表：2018-2019年世界商品贸易增长趋势 图表：1990-2019年全球直接投资主要指标

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R03/R0305/202005/07-346092.html>