

# 中国手机媒体广告行业“十二五”规划发展指导报告

## 报告目录及图表目录

## 一、报告报价

《中国手机媒体广告行业“十二五”规划发展指导报告》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/R09/R0904/201011/11-57306.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

2010年是中国十一五收官之年，起草和编制下一个五年发展规划已列入今年政府工作的重要议事日程。从国务院多部门前期调研透露的信息看，未来五年中国将开启经济与社会的双重转型，以转变发展方式和调整经济结构为主线，部署中国经济社会从外需向内需、从高碳向低碳，从强国向富民的三大转型。

十一五结构调整目标料难实现，转变发展方式进展缓慢，投资和出口仍是中国经济的主要推动力，经济增长严重依赖要素投入，增长效益提高不明显。贸易顺差巨大，国际收支失衡，庞大的外汇占款导致货币发行量激增，引发资产价格泡沫风险。此次国际金融危机后，国际经济环境发生了自二战以来最深刻的变化，外需难以恢复到危机前水平。因此，十二五期间必须有效扩大国内需求，特别是消费需求，减少经济增长对外部需求的过多依赖。同时工业占GDP的比重也达到极限，十二五期间工业化亦很难再提速，规模扩张的工业化模式必然要让位于质量提升的增长模式。

近几年我国手机媒体广告行业发展速度较快，受益于手机媒体广告行业生产技术不断提高以及下游需求市场不断扩大，手机媒体广告行业在国内和国际市场上发展形势都十分看好。虽然受金融危机影响使得手机媒体广告行业近两年发展速度略有减缓，但随着我国国民经济的快速发展以及国际金融危机的逐渐消退，我国手机媒体广告行业重新迎来良好的发展机遇。进入2010年我国手机媒体广告行业面临新的发展形势，由于新进入企业不断增多，上游原材料价格持续上涨，导致行业利润降低，因此我国手机媒体广告行业市场竞争也日趋激烈。面对这一现状，手机媒体广告行业业内企业要积极应对，注重培养创新能力，不断提高自身生产技术，加强企业竞争优势，于此同时手机媒体广告行业内企业还应全面把握该行业的市场运行态势，不断学习该行业最新生产技术，了解该行业国家政策法规走向，掌握同行业竞争对手的发展动态，只有如此才能使企业充分了解该行业的发展动态及自身在行业中所处地位，并制定正确的发展策略以使企业在残酷的市场竞争中取得领先优势。

中国产业研究报告网发布的《中国手机媒体广告行业“十二五”规划发展指导报告》共十二章。首先介绍了中国手机媒体广告行业相关概述，接着分析了中国手机媒体广告行业全球市场发展状况，然后对中国手机媒体广告行业市场运行环境及运行现状进行了重点分析，最后分析了中国手机媒体广告行业的发展趋势及投资前景，并提出相应投资策略。您若想对中国手机媒体广告行业有个系统的了解，透视行业发展现状、锚定未来、战略前瞻、科学规划，寻求技术突破、产业创新、经济发展，为引领下一轮发展打下坚实的基础，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。

## 第一章 手机媒体广告行业相关概述

### 第一节 广告简介

- 一、广告的概念
- 二、广告的本质特点和要素
- 三、广告的分类和主要形式
- 四、广告媒体简介

### 第二节 手机广告

- 一、手机广告的概念
- 二、手机广告的划分
- 三、手机广告的主要功能
- 四、手机广告媒体
- 五、手机广告的特征

## 第二章 “十一五”期间手机媒体广告行业全球发展状况分析

### 第一节 2009-2010年世界广告业发展分析

- 一、世界广告媒体发展点评
- 二、世界广告业的逻辑发展轨迹解析
- 三、金融危机中对海外广告市场的影响分析
- 四、全球部分国家广告业运行动态分析

- 1、美国
- 2、日本、
- 3、英国、
- 4、俄罗斯、

### 第二节 2009-2010年中国广告市场现状综述

- 一、中国广告业统计数据分析
- 二、中国广告业的产业组织结构解析
- 三、中国广告业规模跃居世界第二
- 四、广告市场上的外资发展分析
- 五、中国广告行业创意发展分析

### 第三节 2009-2010年中国广告行业的发展分析

#### 一、三大主流媒体广告收入状况

#### 二、中国广告公司数量增速放缓

### 第四节 2009-2010年中国广告市场存在问题分析

#### 一、中国广告行业的“多米诺效应”分析

#### 二、广告业的市场壁垒效应分析

#### 三、阻碍中国广告行业发展的四大问题解析

#### 四、新兴媒体侵占传统媒体广告空间

#### 五、中国广告业的生存瓶颈问题解析

#### 六、中国广告市场洗牌在即

### 第五节 2009-2010年中国广告市场发展对策分析

#### 一、中国广告行业要实行集团化发展

#### 二、中国广告教育需要新思维

#### 三、要牢记广告的“根本”

#### 四、广告目标受众问题对策解析

#### 五、有效广告投放途径分析

## 第三章 “十一五”期间中国手机媒体广告行业发展环境分析

### 第一节 国内宏观经济情况分析

#### 一、GDP历史变动轨迹分析

#### 二、固定资产投资历史变动轨迹分析

#### 三、2011年中国宏观经济发展预测分析

### 第二节 中国手机媒体广告行业政策环境分析

#### 一、手机媒体广告行业监管体制分析

#### 二、手机媒体广告行业相关政策分析

## 第四章 “十一五”期间我国手机媒体广告行业发展现状分析

### 第一节 手机媒体广告行业发展基本情况

#### 一、我国手机媒体广告行业发展现状分析

#### 二、我国手机媒体广告行业供需情况分析

#### 三、我国手机媒体广告行业技术发展状况

### 第二节 我国手机媒体广告行业存在问题及发展限制分析

一、主要问题与发展受限

二、基本应对的策略

## 第五章 手机媒体广告行业“十一五”规划发展总结

### 第一节 2009-2010年世界手机广告业发展分析

一、美国手机广告业发展分析

二、日本手机广告业发展分析

三、俄罗斯手机广告业发展分析

### 第二节 2009-2010年世界手机广告市场需求分析

一、世界手机广告市场需求量分析

二、2009年世界手机广告策划分析

三、2008年国外企业进军中国市场情况

四、2009年世界手机广告业竞争分析

### 第三节 2010-2015年世界手机广告市场发展趋势分析

## 第六章 手机媒体广告行业“十一五”规划期间行业运行监测数据分析

### 第一节 2008-2010年中国手机媒体广告行业总体数据分析

一、2008年中国手机媒体广告行业全部企业数据分析

二、2009年中国手机媒体广告行业全部企业数据分析

三、2010年中国手机媒体广告行业全部企业数据分析

### 第二节 2008-2010年中国手机媒体广告行业不同规模企业数据分析

一、2008年中国手机媒体广告行业不同规模企业数据分析

二、2009年中国手机媒体广告行业不同规模企业数据分析

三、2010年中国手机媒体广告行业不同规模企业数据分析

### 第三节 2008-2010年中国手机媒体广告行业不同所有制企业数据分析

一、2008年中国手机媒体广告行业不同所有制企业数据分析

二、2009年中国手机媒体广告行业不同所有制企业数据分析

三、2010年中国手机媒体广告行业不同所有制企业数据分析

## 第七章 手机媒体广告行业“十二五”规划基本思路分析

### 第一节 手机媒体广告行业面临的主要问题

### 第二节 手机媒体广告行业面临的发展形势分析

第三节 手机媒体广告行业“十二五”规划基本思路及基本原则

第四节 手机媒体广告行业“十二五”规划主要目标及主要任务

第五节 手机媒体广告行业“十二五”规划保障措施分析

第八章 集团企业制定“十二五”规划指导

第一节 集团企业制定“十二五”规划主要内容

一、“十一五”战略规划回顾和效果评估

二、“十二五”规划编制的指导思想和发展思路

三、“十二五”规划编制的基本出发点

四、“十二五”规划编制的流程

五、“十二五”规划编制的基础和方法

六、“十二五”规划编制的成果体现

七、“十二五”规划编制的内容

第二节 制订战略规划后的战略管理

一、战略规划的质询、批准与公布

二、战略规划的执行

三、战略执行效果的评估

四、战略检讨与调整

第九章 手机媒体广告行业“十二五”区域竞争格局研究

第一节 “十二五”手机媒体广告行业区域格局变化预测

第二节 手机媒体广告行业重点区域市场研究

一、重点区域市场发展现状

二、重点区域市场未来演变趋势

第三节 手机媒体广告行业“十二五”潜在兼并及重组机会预测

一、行业兼并重组趋势

二、主要企业及地区兼并重组动向预测

第十章 手机媒体广告行业“十二五”规划期重点企业竞争力分析

第一节 企业一

一、企业简介

二、企业财务数据分析

## 第二节 企业一

### 一、企业简介

### 二、企业财务数据分析

## 第三节 企业一

### 一、企业简介

### 二、企业财务数据分析

## 第四节 企业一

### 一、企业简介

### 二、企业财务数据分析

## 第五节 企业一

### 一、企业简介

### 二、企业财务数据分析

## 第十一章 手机媒体广告行业“十二五”发展预测分析

### 第一节 手机媒体广告行业“十二五”供需格局预测

#### 一、手机媒体广告行业“十二五”供给形式预测分析

##### 1、主要供给指标预测

##### 2、影响供给重大因素

#### 二、手机媒体广告行业“十二五”需求形式预测分析

##### 1、主要需求指标预测

##### 2、影响需求重大因素

##### 3、需求格局构成研究

### 第二节 手机媒体广告行业“十二五”进出口形势预测

#### 一、进口形式预测

#### 二、出口形式预测

#### 三、进出口影响因素分析

### 第三节 手机媒体广告行业“十二五”价格走势预测

#### 一、主要价格指标预测

#### 二、影响价格变化主要因素分析

## 第十二章 手机媒体广告行业“十二五”重点项目及投资机会研究

### 第一节 手机媒体广告行业“十二五”规划重大项目情况



## 第二节 手机媒体广告行业“十二五”发展趋势分析

### 一、技术发展预测研究

### 二、市场发展预测研究

## 第三节 手机媒体广告行业“十二五”投资重点分析

## 第四节 手机媒体广告行业“十二五”投资机会分析

## 第五节 手机媒体广告行业“十二五”投资策略研究

### 图表目录（部分）：

图表：2005-2010年上半年国内生产总值

图表：2005-2010年上半年居民消费价格涨跌幅度

图表：2010年上半年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2005-2010年上半年年末国家外汇储备

中国产业研究报告网发布的《中国手机媒体广告行业“十二五”规划发展指导报告》，内容严谨、数据翔实，更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。

图表：2005-2010年上半年财政收入

图表：2005-2010年上半年全社会固定资产投资

图表：2010年上半年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2010年上半年固定资产投资新增主要生产能力

图表：&hellip;&hellip;

更多图表详见正文&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R09/R0904/201011/11-57306.html>