

# 2012-2016年中国广告行业 市场分析与投资前景研究报告

## 报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

[www.bosidata.com](http://www.bosidata.com)

## 报告报价

《2012-2016年中国广告行业市场分析与投资前景研究报告》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.bosidata.com/chuanmei1204/Y5750432V9.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2012-04-24

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

# 说明、目录、图表目录

博思数据研究中心 <http://www.bosidata.com>

## 报告说明:

博思数据研究中心发布的《2012-2016年中国广告公司行业市场分析与投资前景研究报告》共九章。首先介绍了全球广告产业运行总况，接着分析了中国广告行业运行的现状，然后介绍了中国本土广告企业运行格局、中国三大主流广告媒体透析。随后，报告对中国广告主体做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国广告产业发展前景与投资预测。您若想对广告产业有个系统的了解或者想投资广告行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

通过《2012-2016年中国广告公司行业市场分析与投资前景研究报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业发展提供了科学决策依据。

21世纪中国消费群体在不同的社会文化环境中长大。新消费群体的特征是：感性消费趋势上升；重视和突出个性化；对价值的关注超过对价格的关心；受品牌的影响越来越显著。广告活动必须更重视这些新的消费者对象。

随着中国企业的成长，广告公司正走向更高、更长远目标。中国大部分优秀企业更强、更大，迈向国际化。广告公司正在追求更高、更长远的发展。

## 第一章 2011-2012年全球广告产业运行总况分析

### 第一节 世界广告业运行概况

- 一、世界广告业发展历程
- 二、世界广告媒体发展分析
- 三、世界广告业的逻辑发展轨迹解析
- 四、金融危机中对海外广告市场的影响分析

### 第二节 2011-2012年世界广告业收入数据监测

- 一、按地域统计
- 二、按媒体类型统计
- 三、按照行业统计

### 第三节 2012-2016年世界广告业发展趋势分析

## 第二章 2011-2012年中国广告行业运行态势分析

## 第一节 2011-2012年中国广告业运行总况

### 一、中国广告业规模跃居世界第二

### 二、中国广告市场洗牌在即

### 三、中国广告业的产业组织结构解析

## 第二节 2011-2012年中国广告市场上的外资发展分析

### 一、国外广告公司加速进军中国

### 二、外资加速在华新媒体广告业布局

### 三、全球广告巨头中国市场竞争动态分析

### 四、中国广告产业外资影响分析

## 第三节 2011-2012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、新兴媒体侵占传统媒体广告空间

## 第四节 2011-2012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、广告目标受众问题对策解析

### 四、有效广告投放途径分析

## 第三章 2011-2012年中国广告市场运行形势分析

### 第一节 2011-2012年中国广告市场规模分析

#### 一、中国广告市场规模

#### 二、中国广告公司数量增速放缓

#### 三、三大主流媒体广告收入状况

### 第二节 2011-2012年中国广告行业规模

#### 一、不同媒体广告份额

#### 二、不同行业广告投放

#### 三、区域广告市场

### 第三节 2011-2012年央视广告招标

#### 一、2002-2011年历年招标金额

#### 二、2011-2012年央视招标行业结构

### 第四节 2011-2012年广告投放情况分析

- 一、广告投放分析
- 二、广告投放媒体排名
- 三、广告投放品牌排名

## 第四章 2011-2012年中国本土广告企业运行格局分析

### 第一节 2011-2012年中国本土广告企业运行概况

- 一、广告行业呈现“外进国退”现象
- 二、本土广告公司“小、散、乱”
- 三、亟待战略转型突破市场重围
- 四、本土广告公司亟待突破利润瓶颈

### 第二节 2011-2012年中国广告公司动态分析

- 一、中国网络广告代理公司竞争格局
- 二、本土广告公司开辟新业务应对国际竞争
- 三、4A广告公司发展的经营业态分析
- 四、本土广告公司发展的方向透析

### 第三节 2011-2012年中国广告公司面临的问题与对策

- 一、传统型广告代理公司的生存现状堪忧
- 二、国内广告公司自身存在的主要问题
- 三、新媒体给传统广告公司带来强势挑战
- 四、本土广告公司持续发展的对策
- 五、塑造本土广告公司核心竞争力的对策

### 第四节 2011-2012年中国广告企业成功案例解析

- 一、南京卓越形象品牌传播事业机构
- 二、大唐灵狮
- 三、博思数据分析师结论

## 第五章 2011-2012年中国三大主流广告媒体透析

### 第一节 电视广告

- 一、电视媒体在传统四大媒体中的地位
- 二、网络时代电视媒体的生存态势
- 三、视觉文化环境下电视广告的发展
- 四、中国移动电视广告市场规模分析

## 五、中国电视广告市场将持续增长

### 第二节 报纸广告

#### 一、中国报纸产业发展及其重要推动力分析

#### 二、报纸仍然是刊登广告的最佳媒体

#### 三、中国报纸广告市场份额分析

#### 四、国内报纸广告收入增长减缓亟须创新

### 第三节 广播广告

#### 一、中国广播媒体价值继续攀升

#### 二、广播的独特广告价值优势

#### 三、中国交通广播广告创收情况

#### 四、中国广播广告的经营与发展分析

#### 五、广播广告的数据化营销详解

### 第四节 互联网广告

#### 一、中国互联网广告商机逐渐显现

#### 二、市场疲软互联网广告下挫分类网站成热点

#### 三、快速消费品网上热卖网络广告针对性受推崇

#### 四、网络视频广告模式发展势头强劲

#### 五、网络游戏广告营销手段升级

## 第六章 2011-2012年世界五大广告集团运行浅析

### 第一节 国际广告集团发展概况

#### 一、世界五大广告集团发展回顾

#### 二、国际广告集团加速在华扩张步伐

#### 三、国际广告集团的经营模式解析

### 第二节 OMNICON集团

#### 一、OMNICON集团简介

#### 二、2011-2012年OMNICON经营状况分析

### 第三节 WPP集团

#### 一、集团简介

#### 二、WPP集团的成长战略轨迹分析

#### 三、WPP经营状况分析

#### 四、WPP与谷歌启动研究新媒体广告消费动向

## 第四节 INTERPUBLIC GROUP

### 一、INTERPUBLIC简介

### 二、2011-2012年INTERPUBLIC经营状况分析

## 第五节 阳狮集团

### 一、集团简介

### 二、实力传播公司发展状况

### 三、阳狮集团在美收购PBJs公司扩展营销业务

### 四、阳狮集团进一步扩大在华份额

## 第六节 日本电通集团

### 一、电通集团简介

### 二、日本电通广告优秀著作进入中国书市

### 三、电通携手日本雅虎抢滩新型广告市场

### 四、电通集团经营状况分析

## 第七章 2011-2012年中国广告主体企业竞争力分析

### 第一节 分众传媒（中国）控股有限公司

#### 一、企业概况

#### 二、产品与服务

#### 三、楼宇液晶广告

#### 四、卖场终端联播网

#### 五、公寓电梯联播网（框架）

#### 六、商旅人士联播网

#### 七、2011-2012年经营发展状况

### 第二节 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

#### 四、企业偿债能力分析

#### 五、企业运营能力分析

#### 六、企业成长能力分析

### 第三节 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

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

#### 第四节 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

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

#### 第五节 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

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

#### 第六节 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

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

#### 第七节 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

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析



## 六、企业成长能力分析

### 第八章 2012-2016年中国广告产业前景展望与趋势预测分析

#### 第一节 2012-2016年中国广告行业发展趋势预测

- 一、中国广告市场未来几年发展潜力巨大
- 二、广告业竞争在规模和专业领域呈现两极分化趋势
- 三、广告行业越来越重视资本运作
- 四、数字化技术成为影响广告业发展的重要力量

#### 第二节 2012-2016年中国广告行业发展趋势及预测

- 一、2012-2016年中国报刊广告市场发展预测
- 二、2012-2016年中国网络广告市场发展预测
- 三、2012-2016年中国车载移动电视广告市场预测
- 四、2012-2016年中国广告市场预测

### 第九章 2012-2016年中国广告产业投资前景预测分析

#### 第一节 2011-2012年中国广告业投资政策环境分析

- 一、发改委提指导意见促广告业发展
- 二、港澳在粤投资广告业不再需要北京审批
- 三、深圳市出台政策大力扶持广告业
- 四、福州出台措施扶持广告业发展

#### 第二节 2012-2016年中国广告业投资机会分析

- 一、金融危机下中国广告市场的投资机遇
- 二、“第五媒体”广告市场孕育巨大商机
- 三、网络游戏市场受青睐
- 四、移动电视媒体广告价值受肯定
- 五、国际广告公司积极开发二线城市

#### 第三节 2012-2016年中国广告业投资风险预警

- 一、金融风险
- 二、技术风险
- 三、政策风险
- 四、其它风险

#### 第四节 专家投资建议

图表目录：（部分）

图表：中视传媒股份有限公司主要经济指标走势图

图表：中视传媒股份有限公司经营收入走势图

图表：中视传媒股份有限公司盈利指标走势图

图表：中视传媒股份有限公司负债情况图

图表：中视传媒股份有限公司负债指标走势图

图表：中视传媒股份有限公司运营能力指标走势图

图表：中视传媒股份有限公司成长能力指标走势图

图表：北京巴士传媒股份有限公司主要经济指标走势图

图表：北京巴士传媒股份有限公司经营收入走势图

图表：北京巴士传媒股份有限公司盈利指标走势图

图表：北京巴士传媒股份有限公司负债情况图

图表：北京巴士传媒股份有限公司负债指标走势图

图表：北京巴士传媒股份有限公司运营能力指标走势图

图表：北京巴士传媒股份有限公司成长能力指标走势图

图表：湖南电广传媒股份有限公司主要经济指标走势图

图表：湖南电广传媒股份有限公司经营收入走势图

图表：湖南电广传媒股份有限公司盈利指标走势图

图表：湖南电广传媒股份有限公司负债情况图

图表：湖南电广传媒股份有限公司负债指标走势图

图表：湖南电广传媒股份有限公司运营能力指标走势图

图表：湖南电广传媒股份有限公司成长能力指标走势图

图表：广东九州阳光传媒股份有限公司主要经济指标走势图

图表：广东九州阳光传媒股份有限公司经营收入走势图

图表：广东九州阳光传媒股份有限公司盈利指标走势图

图表：广东九州阳光传媒股份有限公司负债情况图

图表：广东九州阳光传媒股份有限公司负债指标走势图

图表：广东九州阳光传媒股份有限公司运营能力指标走势图

图表：广东九州阳光传媒股份有限公司成长能力指标走势图

图表：陕西广电网络传媒股份有限公司主要经济指标走势图

图表：陕西广电网络传媒股份有限公司经营收入走势图

图表：陕西广电网络传媒股份有限公司盈利指标走势图

图表：陕西广电网络传媒股份有限公司负债情况图

图表：陕西广电网络传媒股份有限公司负债指标走势图

图表：陕西广电网络传媒股份有限公司运营能力指标走势图

图表：陕西广电网络传媒股份有限公司成长能力指标走势图

图表：成都博瑞传播股份有限公司主要经济指标走势图

图表：成都博瑞传播股份有限公司经营收入走势图

图表：成都博瑞传播股份有限公司盈利指标走势图

图表：成都博瑞传播股份有限公司负债情况图

图表：成都博瑞传播股份有限公司负债指标走势图

图表：成都博瑞传播股份有限公司运营能力指标走势图

图表：成都博瑞传播股份有限公司成长能力指标走势图

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家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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/chuanmei1204/Y5750432V9.html>