



艾凯咨询
ICAN Consulting

2015-2022年中国平面媒体广告 市场发展现状及战略咨询报告

一、调研说明

《2015-2022年中国平面媒体广告市场发展现状及战略咨询报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/270495.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.com

联系人： 刘老师

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、摘要、目录、图表

平面广告媒体作为一种社会媒体的形式，在广告媒体中展示着重要的作用。其主要包括媒体广告和非媒体广告两种形式，是社会广告媒体的重要组成部分。

报纸、杂志等传统媒体通过单一的视觉、单一的维度传递信息，相对于电视、互联网等媒体通过视觉、听觉等多维度的传递信息，而称作平面媒体。电视、网络等称作立体媒体。平面媒体和立体媒体没有严格的定义，只是从信息传递、传播的维度和方式上区分的。以纸张为载体发布新闻或者资讯的媒体，比如报纸、杂志等等。现在他们面临着来自网络媒体的强大挑战。

平面广告媒体就其形式而言，它只是传递信息的一种方式，是广告主与受众间的媒介，其结果是为了达到一定的商业目的或政治目的。广告在经济高速发达的国家是不可或缺的。当然，广告作为现代人类生活的一种特殊产物，仁者见仁，智者见智，褒贬不一，但我们要正视一个事实，就是在我们的日常生活中随时都有可能接受到广告信息，翻开报纸、打开电视、网上冲浪，处处都会看到广告。可以说它已经渗透到我们生活的方方面面。现代都市里的人已习惯于这样的生活。

从整体上看，广告可以分为媒体广告和非媒体广告。媒体广告指通过媒体来传播信息的广告，如电视广告、报纸广告、广播广告、杂志广告等；非媒体广告指直接面对受众的广告媒介形式，如路牌广告、平面招贴广告、商业环境中的购买点广告等。不同的广告形式其设计要求也各不相同。

平面广告设计在非媒体广告中占有重要的位置，也是学习平面设计必须要掌握的一门课程，不论在表现形式上还是在表现内容上都十分宽泛。表现形式可以多种多样，不象绘画那样受某种介质的限制，绘画的、摄影的、拼贴的，各种形式都可以为我所用，写实的、写意的、抽象的，各种手段都可以取其所长。这并非平面广告设计有鲜明的个性，因为广告创造是一种时尚艺术，其作品要能体现时代的潮流，设计者应该保持着职业的敏感，在不同的艺术形式中吸取营养，创作出既符合大众审美又符合时代潮流的作品来。广告在表现内容方面也是非常广泛，大到国家的方针政策，小到一个商品，都可以成为表现的对象。具体内容可以是政治宣传、环境保护、文化体育、电影戏剧、饮料食品、家电电器、旅游观光等等。如此列举下去还可以很多，这样看起来似乎有些庞杂，我也试图把内容分成几种类别，如文化类别、商品类别等。其实，当我们面对一个广告作品时，你会发现内容并不是独立的。比如，一个商品广告有可能是从环境的角度来作广告宣传的，因此，没有必要在内容上划分得太清，如果把一个具体内容放在一个固定的范围，就有可能限制我们的创意思维。之所以这样列举，是为了说明平面广告设计涉猎范围之广，它从不同的角度关注着人们的生活，这也是我

们说它在非媒体广告中占有重要位置的原因。

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。

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年中国平面媒体广告业运行环境分析

第一节2015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年中国平面媒体广告业社会环境分析

第三章2015年国内外广告业整体运行形势透析

第一节2015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2015年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2015-2022年中国平面媒体广告行业投资战略分析

第一节2015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2015-2022年中国平面媒体广告行业投资机会分析

第四节2015-2022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 专家投资建议

第八章2015-2022年中国平面媒体广告行业前景展望

第一节2015-2022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、2015-2022年广告发展方向探讨

三、2015-2022年广告市场规模预测

四、2015-2022年广告市场趋势分析

第二节2015-2022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

图表目录：

图表：2005-2015年中国GDP总量及增长趋势图

图表：2015年中国月度CPI、PPI指数走势图

图表：2005-2015年我国城镇居民可支配收入增长趋势图

图表：2005-2015年我国农村居民人均纯收入增长趋势图

图表：1978-2014中国城乡居民恩格尔系数走势图

图表：2010.12-2014.12年我国工业增加值增速统计

图表：2005-2015年我国全社会固定资产投资额走势图（2015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：2005-2015年中国社会消费品零售总额增长趋势图

图表：2005-2015年我国货物进出口总额走势图

图表：2005-2015年中国货物进口总额和出口总额走势图

图表：2015年地板平面媒体广告月度投放量同比分析

图表：2015年报刊广告及经济的增长率情况

图表：2015年报纸与杂志广告刊登额

图表：2015年各类报纸广告刊登额

图表：2015年各类杂志广告刊登额

图表：2015年报纸排名前100位

图表：2015年报刊排名前15行业

图表：中国经营报历年广告营业额

图表：中国经营报历年发行量

图表：中国经营报联系方式

图表：2015年中国经营报商业广告、专项代理广告营业额状况

图表：2015年度中国经营报广告行业结构及市场份额

图表：2015年度中国经营报报纸各规格广告刊登情况

图表：《经济观察报》2009年广告价格表

图表：2015年经济观察报广告营业总额

图表：2015年经济观察报商业广告、专项代理广告营业额状况

图表：2015年度经济观察报广告行业结构及市场份额

图表：2015年度经济观察报各规格广告刊登情况

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：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：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

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/270495.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业提供专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。