



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2016-2022年中国电子媒体广告 市场分析及投资策略研究报告

# 一、调研说明

《2016-2022年中国电子媒体广告市场分析及投资策略研究报告》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/277772.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

电子广告作为一种新兴的广告形式,随着Internet的发展悄然兴起并呈蓬勃发展之势。许多公司也竞相建立自己的WebServer,借此宣传自身形象及把产品的HomePage展示在全世界Internet用户的面前。电子广告的作用也正逐步被国人所认识,并已有一些企业正尝试在Internet上建立自己的HomePage。在我们的日常生活中,广告的形式多种多样,有借助于报纸、杂志、传单等出版物的,有借助于广播、电视等电波媒体的,还有路边广告牌、霓虹灯等其它形式的,而由于Internet的广泛及迅速发展,借助于Internet的电子广告的前景更为人们所看好。

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) 2015年中国网络媒体发展现状90
    - (二) 2015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

#### 第四节广州市星际艺术传播有限公司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(AKHT)

## 图表目录：

图表2015年11月电视媒体广告投放情况44

图表2015年11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2012-2015年1-11月房地产行业电视广告投放次数前十位城市53

图表2012-2015年1-11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2012-2015年中国通讯服务行业网络广告投放对比55

图表2012-2015年中国通讯服务行业网络广告主投放top1056

图表2012-2015年中国医疗服务行业网络广告投放对比57

图表2012-2015年中国医疗服务行业网络广告主投放top1058

图表2015年11月家电行业广告品牌前10强监测59

图表2015年11月电视媒体广告投放监测59

图表2015年11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11月广播媒体前十位品牌的投放排名及花费情况61

图表2012-2015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2013-2016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2013-2016年歌华有线主要费用情况133

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/277772.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](http://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专业提供投资咨询报告、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。