



艾凯咨询
ICAN Consulting

2016-2022年中国报纸广告市场发展现状及战略咨询报告

一、调研说明

《2016-2022年中国报纸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/281023.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

报业广告在持续了多年的增长后，由于国家经济政策的调控，报业竞争的加剧，广告结构不合理，报业经营进入新的调整阶段。报业经营是粗放式的，收入来源非常单一。一旦遇到外部因素的变化就立即感到不适。经营面临的问题有：

1、报业不断受到其他新兴媒体的竞争。这几年互联网的发展迅猛，很多网站广告收入大增，已开始盈利。新型的户外媒体、其他的新型电子传媒等都在瓜分传统媒体的市场份额，如分众传媒、聚众传媒搞的楼宇电视网。由于生活形态的变化，客户与消费者的关系也在变化，客户与消费者的沟通方式、信息传递渠道也在变化，已不是简单的广告手段，这对传统媒体也有影响。

2、同城媒体同质化竞争加剧。都市类报纸挤在同一层面争夺读者的状况较为普遍，导致种类偏多，阅读率下降，广告效果下降使广告投放分散。媒体之间的恶性竞争加剧，在客户面前相互诋毁，甚至以曝光要挟客户，无节制地让价或竞相压价等。

3、广告内容缺乏诚信。广告中溢美之词、夸大之词太多太滥，有的严重误导市场和消费者，尤其是一些医疗广告甚至对消费者权益造成损害。这些广告是以损害媒体公信力为代价的。少数报纸过分依赖和受制于客户，对投放广告的客户只能报喜不能报忧，最终结果是丧失公信力，丧失读者群。

4、围绕广告经营开展的活动缺乏新意。看房车、房展会、读者俱乐部等做法从始至今，广告推广活动就那么几项，了无新意，消费者已没有什么新鲜感，参与积极性大打折扣。还有媒体盲目模仿竞争对手，跟在别人后面亦步亦趋，导致许多活动只收到了赔本赚吆喝的效果。策划人员对市场的走向基本上没有做战略性、前瞻性研究。

5、广告结构严重失衡，报社的抗风险能力弱。比如房地产广告比例较高的北青报，受的影响就大些。以医疗、药品广告为主的报社更应加速调整广告构成，必须严防经营结构失衡给自身带来的严重危机，及时采取相应的对策和措施，以确保媒体广告经营业绩不至于因为一个行业一个门类广告出问题就导致整体下挫。

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。

报告目录：

第一章 中国报业发展运行分析 10

第一节 中国报业发展概况	10
一、中国报业发展特点	10
二、中国报业发展现状	11
三、外资报企逐鹿华夏	17
第二节 中国报纸出版情况	18
一、中国报纸种数统计	18
二、中国报纸印刷总数	19
三、中国报纸出版期数	19
四、中国报纸总印张数	20
五、各级报纸出版规模	20
六、各类报纸出版规模	21
第三节 中国报纸销售情况	22
一、报刊零售市场概况	22
二、报纸零售城乡覆盖率	22
三、报纸零售区域市场分析	23
（一）华东地区	23
（二）华南地区	24
（三）西部地区	25
（四）华北地区	26
（五）华中地区	27
四、各类报纸零售市场分析	28
（一）时政类报纸	28
（二）生活服务类周报	28
（三）财经类报纸	29
第四节 中国报业经营策略分析	29
一、报业经营改革边缘突破	29
二、浅析报纸的多元化经营	37
三、报业多元化发展价值取向	39
四、报业开展多元化经营分析	42
五、报业可持续发展策略探讨	46
（一）手段数字化——多元融合	46
（二）经营集约化——广告创收	47

（三）营销品牌化——公信力 49

第二章 中国报纸广告行业发展环境分析 50

第一节 宏观经济发展环境分析 50

一、中国GDP增长情况分析 50

二、工业经济发展形势分析 51

三、全社会固定资产投资分析 53

四、社会消费品零售总额分析 55

五、城乡居民收入与消费分析 56

六、对外贸易的发展形势分析 58

第二节 行业政策环境分析 61

一、广告法有关规定 61

二、广告语言文字规定 63

三、报纸出版管理规定 65

四、报刊发行秩序规范 66

第三节 中国广告发展概况 67

一、中国广告市场规模 67

二、广告企业经营分析 69

三、中国广告市场结构 70

四、中国广告竞争格局 71

五、广告主排名变化 72

（一）行业分类排名 72

（二）品牌分类排名 73

六、广告媒介经营情况 73

第三章 中国报纸广告行业发展运行分析 76

第一节 中国报纸广告基本概况 76

一、报纸广告优劣势比较 76

二、报纸分类广告特点分析 76

三、国外报纸广告行业概况 77

四、美国报纸广告行业现状 78

五、中国报纸广告市场概况 79

六、报纸广告行业发展特点 79

七、报纸广告投放技巧研究 80

第二节 中国报纸广告市场规模	82
一、中国报纸广告市场规模	82
二、报纸广告市场月度分析	83
三、报纸广告主排名情况	83
（一）行业分类排名情况	83
（二）品牌分类排名情况	84
四、报纸广告市场分析	87
五、各行业报纸广告投放分析	89
（一）房地产行业	89
（二）商业零售业	89
（三）汽车行业	90
（四）娱乐及休闲行业	90
第三节 中国报纸广告区域市场分析	91
一、各大区域报纸广告市场份额	91
二、部分城市报纸广告市场份额	92
（一）北京报纸广告投放格局	92
（二）吉林报纸广告投放格局	95
（三）西安报纸广告投放格局	96
三、各地报纸广告投放情况分析	97
（一）北京报纸广告投放情况分析	97
（二）天津报纸广告投放情况分析	99
（三）河北报纸广告投放情况分析	100
（四）山西报纸广告投放情况分析	102
（五）上海报纸广告投放情况分析	103
（六）浙江报纸广告投放情况分析	104
（七）福建报纸广告投放情况分析	105
（八）安徽报纸广告投放情况分析	107
（九）江西报纸广告投放情况分析	109
（十）江苏报纸广告投放情况分析	110
（十一）山东报纸广告投放情况分析	111
（十二）湖南报纸广告投放情况分析	113
（十三）广东报纸广告投放情况分析	114

（十四）广西报纸广告投放情况分析	115
（十五）四川报纸广告投放情况分析	116
（十六）重庆报纸广告投放情况分析	118
（十七）黑龙江报纸广告投放情况分析	120
（十八）辽宁报纸广告投放情况分析	121
（十九）吉林报纸广告投放情况分析	122
（二十）甘肃报纸广告投放情况分析	123
第四章 中国报纸广告营销策略分析	126
第一节 报纸广告增长动力分析	126
一、报纸传播价值的回归	126
二、适应企业营销新要求	127
三、发挥区域媒体的优势	128
第二节 报纸广告定价策略	129
一、以市场为导向的广告定价策略	130
二、以需求为导向的广告定价策略	130
三、以本利为导向的广告定价策略	130
第三节 报纸广告竞争优劣势分析	131
一、报纸广告竞争优势	131
二、报纸广告竞争劣势	131
第四节 提升中国报纸竞争力主要策略分析	132
一、报纸版面竞争力评价指标及提升策略	132
（一）报纸版面竞争力的评价指标	132
（二）报纸版面竞争力的提升策略	134
二、报纸进入网络分类广告市场的方式	136
第五章 中国重点报纸广告业务竞争力分析	138
第一节 财经类报纸	138
一、21世纪经济报道	138
（一）基本情况介绍	138
（二）报纸经营情况分析	139
（三）报纸广告价格分析	139
（四）报纸读者人群分析	140
二、第一财经日报	142

(一) 基本情况介绍	142
(二) 创新区域合作模式	142
(三) 报纸广告价格分析	143
(四) 报纸读者及内容定位	143
三、经济观察报	144
(一) 基本情况介绍	144
(二) 报纸营销策略分析	145
(三) 报纸广告价格分析	145
(四) 报纸读者人群分析	146
(五) 报纸广告价值分析	147
四、中国经营报	148
(一) 基本情况介绍	148
(二) 报纸广告价格分析	149
(三) 报纸读者人群分析	150
(四) 报社行业专版信息	152
(五) 报纸广告发行分析	153
五、理财周报	154
(一) 基本情况介绍	154
(二) 报纸版块内容分析	154
(三) 报纸广告价格分析	155
(四) 报纸读者人群分析	156
六、中国证券报	157
(一) 基本情况介绍	157
(二) 报纸广告价格分析	157
(三) 报纸读者人群分析	158
(四) 报纸广告价值分析	158
七、华夏时报	159
(一) 基本情况介绍	159
(二) 报纸内容定位分析	160
(三) 报纸营销理念分析	160
(四) 报纸广告价格分析	161
(五) 报纸读者人群分析	163

八、证券时报	163
(一) 基本情况介绍	163
(二) 报纸内容定位分析	163
(三) 报纸广告价格分析	164
(四) 报纸读者人群分析	166
九、证券日报	167
(一) 基本情况介绍	167
(二) 报纸经营特色分析	167
(三) 报纸营销站点分布	168
(四) 报纸广告价格分析	168
十、每日经济新闻	169
(一) 基本情况介绍	169
(二) 报纸内容定位分析	170
(三) 报纸广告价格分析	171
(四) 报纸读者人群分析	171
第二节 都市类报纸	172
一、广州日报	172
(一) 公司基本情况	172
(二) 报刊发行方式分析	173
(三) 报刊广告关注分析	173
(四) 报刊读者特征分析	174
(五) 报刊广告价格分析	175
(六) 企业营销网络分布	181
二、南方都市报	181
(一) 公司基本情况	181
(二) 报刊版面发行分析	182
(三) 报刊广告关注分析	182
(四) 报刊读者特征分析	184
(五) 报刊广告价格分析	186
三、北京青年报	190
(一) 公司基本情况	190
(二) 报刊广告分类情况	191

(三) 报刊读者特征分析	192
(四) 报刊广告价格分析	192
四、扬子晚报	195
(一) 公司基本情况	195
(二) 报刊营销策略分析	196
(三) 报刊读者特征分析	197
(四) 报刊广告价格分析	197
(五) 报刊网站广告价格	199
(六) 企业营销网络介绍	202
五、新闻晨报	202
(一) 公司基本情况	202
(二) 报刊版面发行分析	203
(三) 报刊读者特征分析	204
(四) 报刊广告价格分析	206
六、成都商报	208
(一) 公司基本情况	208
(二) 广告内容定位分析	208
(三) 报刊读者特征分析	209
(四) 报刊广告价格分析	209
七、新京报	211
(一) 公司基本情况	211
(二) 广告内容定位分析	211
(三) 广告版面设计分析	213
(四) 报刊读者特征分析	214
(五) 报刊广告价格分析	215
八、京华时报	219
(一) 公司基本情况	219
(二) 广告版面设计分析	219
(三) 报刊风格及其优势	220
(四) 报刊读者特征分析	221
(五) 报刊广告价格分析	224
九、华商报	225

(一) 公司基本情况	225
(二) 报刊版面及其发行	226
(三) 报刊广告价值分析	227
(四) 报刊读者特征分析	227
(五) 报刊广告价格分析	228
十、楚天都市报	230
(一) 公司基本情况	230
(二) 报刊版面及其内容	231
(三) 报刊广告价值分析	231
(四) 报刊读者特征分析	234
(五) 报刊广告价格分析	236
第六章 -2016年中国报纸广告市场投资前景及风险分析(AK TL)	240
第一节 -2016年报纸广告前景趋势分析	240
一、"十二五"报刊行业发展规划	240
(一) 发展目标	240
(二) 发展重点	240
(三) 保障措施	244
二、中国报纸广告发展趋向分析	244
第二节 -2016年报纸广告市场前景预测	247
一、报纸发行规模预测	247
二、报纸广告收入预测	247
三、报纸盈利能力预测	248
第三节 -2016年报纸行业投资风险分析	248
一、宏观经济风险	248
二、收入依赖风险	249
三、市场竞争风险	249
第四节 -2016年报纸企业业务扩展路径	249
一、业务整合	249
二、开拓新媒体业务	250
三、核心业务纵深发展	251
四、外延式扩张道路	251
第五节 -2016年报纸广告行业竞争策略	252

图表目录：

图表 1 中国报纸出版种数统计	19
图表 2 中国报纸出版印刷总数	19
图表 3 中国报纸出版情况	20
图表 4 中国报纸出版情况	20
图表 5 中国各级报纸出版规模统计	21
图表 6 中国各类报纸出版规模统计	22
图表 7 上海、杭州、南京发行市场零售指标对比	24
图表 8 广州、深圳发行市场零售指标对比	25
图表 9 成都、重庆发行市场零售指标对比	26
图表 10 北京、沈阳发行市场零售指标对比	27
图表 11 武汉、郑州发行市场零售指标对比	27
图表 12 三份时政类报纸发行市场零售指标对比	28
图表 13 中国国内生产总值及增长变化趋势图	51
图表 14 中国人均国内生产总值变化趋势图	51
图表 15 中国全部工业增加值及增长速度趋势图	52
图表 16 规模以上工业企业实现利润及其增长速度	52
图表 17 中国全社会固定资产投资增长趋势图	54
图表 18 中国社会消费品零售总额同比增长趋势图	55
图表 19 中国社会消费品零售总额及增长速度趋势图	56
图表 20 城镇居民人均可支配收入及增长趋势图	57
图表 21 农村居民纯收入及增长情况统计	57
图表 22 中国货物进出口总额及其增长速度	58
图表 23 中国进出口总额增长趋势图	60
图表 24 1990中国广告经营额及占GDP比例统计	67
图表 25 中国广告经营额增长趋势图	68
图表 26 1990中国广告经营单位和从业人员统计	68
图表 27 中国广告经营各类型企业经营情况分析	69
图表 28 中国广告细分市场份额统计	70
图表 29 中国广告市场结构图	71
图表 30 中国媒体单位广告收入排名前十	71
图表 31 中国广告投放行业排名前五	72

图表 32 中国广告投放行业排名前五	72
图表 33 中国广告投放品牌排名前十	73
图表 34 中国广告媒介经营情况统计	74
图表 35 中国报纸广告市场规模及在广告业的占比统计	82
图表 36 中国报纸广告市场规模增长趋势图	82
图表 37 中国各行业报纸广告投放规模份额	84
图表 38 中国报纸广告品牌排名表	86
图表 39 中国各区域报纸广告投放规模份额	92
图表 40 吉林省主要报纸广告市场份额	95
图表 41 西安报纸广告市场份额图	96
图表 42 《21世纪经济报道》广告价目表	140
图表 43 《第一财经日报》广告价目表	143
图表 44 《经济观察报》广告价目表	146
图表 45 《中国经营报》广告价目表	149
图表 46 《中国经营报》异型广告价目表	150
图表 47 《中国经营报》读者性别及年龄构成情况	151
图表 48 《中国经营报》读者职业构成情况	151
图表 49 《中国经营报》直投及赠阅情况分布	153
图表 50 《理财周报》广告价目表	156
图表 51 《理财周报》特殊广告价目表	156
图表 52 《中国证券报》广告价目表	158
图表 53 《华夏时报》头版广告价目表	161
图表 54 《华夏时报》内页版广告价目表	162
图表 55 《证券时报》广告价目表1	165
图表 56 《证券时报》广告价目表2	166
图表 57 《证券日报》广告价目表	169
图表 58 《每日经济新闻》广告价目表	171
图表 59 广州日报发行方式占比图	173
图表 60 广州日报读者总体对各行业广告关注情况	174
图表 61 广州日报读者年龄统计情况	175
图表 62 广州日报周一、二工商广告价目表	176
图表 63 广州日报周三、四工商广告价目表	177

图表 64 广州日报周五工商广告A叠价目表	178
图表 65 广州日报周五工商广告B叠价目表	179
图表 66 广州日报周六、日工商广告A叠价目表	180
图表 67 广州日报周六、日工商广告B叠价目表	180
图表 68 广州日报营销网络分布图	181
图表 69 南方都市报周一、二广告价目表	187
图表 70 南方都市报周三、四广告价目表	188
图表 71 南方都市报周五广告价目表	189
图表 72 南方都市报周六、日广告价目表	190
图表 73 北京青年报周一、二、六、日正报报价	193
图表 74 北京青年报周三、四、五正报报价	194
图表 75 北京青年报普通新闻版广告报价	195
图表 76 扬子晚报全省A叠广告价目表	198
图表 77 扬子晚报全省B叠广告价目表	198
图表 78 扬子晚报南京版广告价目表	199
图表 79 扬子晚报网广告价格	199
图表 80 新闻晨报报社行业专版信息	204
图表 81 新闻晨报报社周刊主题统计	204
图表 82 新闻晨报读者性别统计情况	204
图表 83 新闻晨报读者年龄统计情况	205
图表 84 新闻晨报读者学历统计情况	205
图表 85 新闻晨报读者收入统计情况	205
图表 86 新闻晨报读者行业关注度统计情况	206
图表 87 新闻晨报广告价目表	207
图表 88 成都商报广告报眼、报尾价目表	210
图表 89 成都商报广告分规格价目表	210
图表 90 成都商报广告提花价目表	211
图表 91 新京报读者学历统计	215
图表 92 新京报读者收入统计	215
图表 93 新京报周一、二、三、六、日广告价格表	216
图表 94 新京报周四、五广告价格表	217
图表 95 新京报其他广告价格表	218

图表 96 京华时报与北京其他早报读者的重叠和独占情况	221
图表 97 京华时报读者年龄统计情况	222
图表 98 京华时报读者中全职人员占比情况	222
图表 99 京华时报读者收支情况	223
图表 100 京华时报读者家中小孩年龄统计情况	223
图表 101 京华时报读者阅读来源统计	224
图表 102 京华时报广告价格表	225
图表 103 华商报市场占有统计	228
图表 104 华商报市场占有统计	228
图表 105 华商报广告刊例价目表	229
图表 106 华商报广告各叠首页报眼价目表	229
图表 107 华商报广告信息稿价目表	230
图表 108 华商报中缝广告价目表	230
图表 109 湖北省消费者首选报刊情况统计	232
图表 110 湖北省各都市报首选报刊情况统计	233
图表 111 湖北省各都市报学历覆盖情况	234
图表 112 湖北省各都市报白领覆盖情况	235
图表 113 楚天都市报周二至周五广告刊例价目表	237
图表 114 楚天都市报周一、六、日广告刊例价目表	238
图表 115 楚天都市报汽车专刊价目表	239
图表 116 -2016年中国报纸总印数增长预测	247
图表 117 -2016年中国报纸广告收入增长预测	248

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/281023.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。