



艾凯咨询
ICAN Consulting

2022-2027年中国广播广告行业 市场运营态势及投资战略咨询报 告

一、调研说明

《2022-2027年中国广播广告行业市场运营态势及投资战略咨询报告》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/359980.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

广播是通过无线电波或金属导线，用电波向大众传播信息、提供服务和娱乐的大众传播媒体。在电视没有发展普及之前，广播是倍受人们欢迎的。电视的兴起，将大批广播广告客户拉走，曾经有人担忧地说：“广播广告注定要消失。”然而，从多年的发展趋势上看，广播广告的影响力仍然很大，它的独特魅力有其它媒体无可比拟之处。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：

第一部分 广播广告行业发展综述

第一章 广播广告行业国内外发展概述

第一节 国际广播广告行业发展总体概况

一、2017-2021年全球广播广告行业发展概况

二、主要国家和地区发展概况

三、全球广播广告行业发展趋势

第二节 中国广播广告行业发展概况

一、2017-2021年中国广播广告行业发展概况

二、中国广播广告行业发展中存在的问题

第三节 中国广播产业的发展分析

一、广播发展的行业背景

二、广播发展困境

三、广播发展趋势

第四节 世界广告媒体发展分析

第二章 广播广告行业发展环境分析

第一节 中国经济环境分析

一、全球宏观经济形势分析

二、国内宏观经济形势分析

三、产业宏观经济环境分析

第二节 中国广播广告行业政策环境分析

一、广播广告行业政策深度解读

二、广播广告行业标准研究

三、行业法规研究

第三节 中国广播广告行业社会环境分析

第四节 2021年中国广播广告行业技术环境分析

第二部分 广播广告行业市场分析

第三章 广播广告行业市场分析

第一节 市场规模分析

一、2017-2021年广播广告行业市场规模收入及增速

二、广播广告行业市场饱和度

三、2022-2027年广播广告行业市场规模收入及增速预测

第二节 市场结构分析

第三节 市场特点分析

一、广播广告行业所处生命周期

二、技术变革与行业革新对广播广告行业的影响

三、差异化分析

第四章 广播广告行业生产分析

第一节 生产总量分析

一、2017-2021年广播广告行业投放总额及增速

二、国内外经济形势对广播广告行业生产的影响

三、2017-2021年广播广告行业生产总量及增速预测

第二节 细分区域生产分析

第三节 行业供需平衡分析

一、广播广告行业供需平衡现状

二、广播广告行业供需平衡趋势预测

第三部分 广播广告行业竞争格局分析

第五章 广播广告行业竞争分析

第一节 行业集中度分析

第二节 行业竞争格局

第三节 竞争群组

第四节 广播广告行业竞争关键因素

一、价格

二、渠道

三、产品/服务质量

四、品牌

第六章 广播广告行业产品价格分析

第一节 价格特征分析

第二节 价格与成本的关系

第三节 行业价格策略分析

第七章 广播广告行业用户分析

第一节 广播广告行业用户认知程度

第二节 广播广告行业用户关注因素

一、功能

二、内容

三、价格

四、质量

五、服务

第八章 广播广告行业替代品分析

第一节 替代品种类

第二节 替代品对广播广告行业的影响

第三节 替代品发展趋势

一、替代品发展简述

二、三大主流媒体广告收入状况分析

第四节 国内经济形势对广播广告行业替代品的影响

第九章 广播广告行业互补品分析

第一节 互补品种类

第二节 互补品对广播广告行业的影响

第三节 互补品发展趋势

第十章 广播广告行业主导驱动因素分析

第一节 国家政策导向

第二节 关联行业发展

第三节 行业技术发展

第四节 行业竞争状况

第五节 社会需求的变化

第十一章 广播广告下游行业分析

第一节 广播广告下游行业增长情况

第二节 广播广告下游行业区域分布情况

第三节 广播广告下游行业发展预测

第四节 国内外经济形势对广播广告下游行业的影响

第十二章 广播广告行业渠道分析

第一节 渠道格局

第二节 渠道形式

第三节 渠道要素对比

第四节 各区域主要代理商情况

第十三章 广播广告所属行业整体运行指标分析

第一节 广播广告所属行业盈利能力分析

- 一、 2017-2021年广播广告所属行业销售毛利率
- 二、 2017-2021年广播广告所属行业销售利润率
- 三、 2017-2021年广播广告所属行业总资产利润率
- 四、 2017-2021年广播广告所属行业净资产利润率
- 五、 2017-2021年广播广告所属行业产值利税率
- 六、 2022-2027年广播广告所属行业盈利能力预测

第二节 广播广告所属行业成长性分析

- 一、 2017-2021年广播广告所属行业销售收入增长分析
- 二、 2017-2021年广播广告所属行业总资产增长分析
- 三、 2017-2021年广播广告所属行业固定资产增长分析
- 四、 2017-2021年广播广告所属行业净资产增长分析
- 五、 2017-2021年广播广告所属行业利润增长分析
- 六、 2022-2027年广播广告所属行业增长预测

第三节 广播广告所属行业偿债能力分析

- 一、 2017-2021年广播广告所属行业资产负债率分析
- 二、 2017-2021年广播广告所属行业速动比率分析
- 三、 2017-2021年广播广告所属行业流动比率分析
- 四、 2017-2021年广播广告所属行业利息保障倍数分析
- 五、 2022-2027年广播广告所属行业偿债能力预测

第四节 广播广告所属行业营运能力分析

- 一、 2017-2021年广播广告所属行业总资产周转率分析
- 二、 2017-2021年广播广告所属行业净资产周转率分析

三、2017-2021年广播广告所属行业应收账款周转率分析

四、2017-2021年广播广告所属行业存货周转率分析

五、2022-2027年广播广告所属行业营运能力预测

第十七章 广播广告行业重点企业分析

第一节 华闻传媒

一、企业简介及经营特色

二、企业财务指标分析比较

三、企业竞争力分析比较

四、企业发展规划

第二节 华谊兄弟

一、企业简介及经营特色

二、企业财务指标分析比较

三、企业竞争力分析比较

四、企业发展规划

第三节 中视传媒

一、企业简介及经营特色

二、企业财务指标分析比较

三、企业竞争力分析比较

四、企业发展规划

第四节 电广传媒

一、企业简介及经营特色

二、企业财务指标分析比较

三、企业竞争力分析比较

四、企业发展规划

第五节 粤传媒

一、企业简介及经营特色

二、企业财务指标分析比较

三、企业竞争力分析比较

四、企业发展规划

第六节 省广股份

一、企业简介及经营特色

二、企业财务指标分析比较

三、企业竞争力分析比较

四、企业发展规划

第七节思美传媒

一、企业简介及经营特色

二、企业财务指标分析比较

三、企业竞争力分析比较

四、企业发展规划

第八节蓝色光标

一、企业简介及经营特色

二、企业财务指标分析比较

三、企业竞争力分析比较

四、企业发展规划

第九节湖北广电

一、企业简介及经营特色

二、企业财务指标分析比较

三、企业竞争力分析比较

四、企业发展规划

第十节广电网络

一、企业简介及经营特色

二、企业财务指标分析比较

三、企业竞争力分析比较

四、企业发展规划

第十八章 重点子行业分析

第一节 子行业发展现状

第二节 子行业发展特征

第三节 子行业发展趋势

第四节 国内外经济形势对广播广告行业子行业的影响

第十九章 区域市场分析

第一节 华东地区广播广告行业发展分析

第二节 华北地区广播广告行业发展分析

第三节 华中地区广播广告行业发展分析

第四节 华南地区广播广告行业发展分析

第五节东北地区广播广告行业发展分析

第六节西部地区广播广告行业发展分析

第四部分 广播广告行业风险分析

第二十章 广播广告行业风险分析

第一节 广播广告行业环境风险

一、国际经济环境风险

二、汇率风险

三、宏观经济风险

四、宏观经济政策风险

五、区域经济变化风险

第二节广播广告行业产业链上下游风险

一、上游行业风险

二、下游行业风险

三、其他关联行业风险

第三节广播广告行业政策风险

一、产业政策风险

二、区域经济政策风险

第四节广播广告行业市场风险

一、市场供需风险

二、价格风险

三、竞争风险

第五节广播广告行业其他风险分析

第二十一章 有关建议

第一节 广播广告行业发展前景预测

一、用户需求变化预测

二、竞争格局发展预测

三、渠道发展变化预测

四、行业总体发展前景及市场机会分析

第二节广播广告企业营销策略

一、价格策略

二、渠道建设与管理策略

三、促销策略

四、服务策略

五、品牌策略

第三节 广播广告企业投资策略

一、子行业投资策略

二、区域投资策略

三、产业链投资策略

第四节 广播广告企业应对当前经济形势策略建议

一、战略建议

二、财务策略建议

图表目录；

图表：全球移动广告支出及增长

图表：2021年数字媒体广告份额

图表：2017-2021年我国广播广告市场规模收入及增长情况

图表：2017-2021年我国广播广告市场规模收入及增长情况

图表：2021年我国广播广告区域听众结构情况

图表：2021年我国广播广告听众年龄结构情况

图表：2021年我国电台频率受众份额与广告份额比较情况

图表：2017-2021广播广告行业投放总额及增速

图表：2017-2021年我国GDP和传统广播广告同比增速情况

图表：2017-2021年我国广播广告行业投放额及增长情况

图表：2021年全国不同区域广播广告投放额分布情况

图表：2021年中国各媒体广告份额

图表：2021年中国广播广告各类频率的市场份额

图表：2017-2021各类媒体刊例广告收入份额变化情况

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/359980.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。