

2019-2025年中国汽车广告行业发展趋势预测及投资战略咨询报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2019-2025年中国汽车广告行业发展趋势预测及投资战略咨询报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/detail/446875.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.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、报告目录及图表目录

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 汽车广告市场运行背景扫描

第一章 2018年中国汽车工业整体运行态势分析

第一节 2018年中国汽车工业发展总体概况

- 一、中国汽车产业的发展阶段及特点
- 二、中国已成为世界最主要的汽车大国之一
- 三、我国汽车产业国际化进程概述
- 四、中国汽车工业投资控股情况分析
- 五、中国汽车重点企业的五大发展模式

第二节 2018年贸易战环境下中国汽车产业发展探析

- 一、贸易战对我国汽车产业的影响
- 二、中国政府积极应对贸易战对汽车产业的冲击
- 三、中国汽车产业应对贸易战效果突出
- 四、中国抓住结构调整机遇实现汽车产业“转危为机”

第三节 2018年中国汽车工业发展分析

- 一、我国汽车工业经济运行指标分析
- 二、2018年国内汽车工业重点企业（集团）经济运行浅析
- 三、2018年中国重点汽车企业（集团）销售情况
- 四、2013-2018年中国汽车市场价格变化分析

第四节 2013-2018年中国汽车产量统计分析

- 一、2013-2018年全国汽车产量分析
- 二、2018年全及主要省份汽车产量分析
- 三、2018年汽车产量集中度分析

第五节 2018年中国汽车制造重点企业财务指标分析

- 一、一汽轿车股份有限公司
- 二、上海汽车集团股份有限公司
- 三、东风汽车股份有限公司

四、重庆长安汽车股份有限公司

第二章 2018年中国汽车流通业运行总况

第一节 2018年中国汽车流通行业综合分析

- 一、我国汽车流通行业逐渐发展成熟
- 二、我国汽车流通业并购大戏纷纷上演
- 三、中国汽车流通领域业态分析
- 四、我国汽车流通体制向品牌营销转变

第二节 2018年中国汽车流通的渠道分析

- 一、我国汽车流通渠道酝酿变局
- 二、我国进口汽车流通渠道面临洗牌
- 三、我国轿车流通渠道分析
- 四、2018年汽车流通渠道新模式

第三章 2018年中国汽车销售市场深度剖析

第一节 2018年中国汽车销售概况

- 一、中国汽车分网销售分析
- 二、我国汽车销售业面临多业态转型
- 三、我国汽车销售市场面临洗牌
- 四、多家汽车企业变革销售网络促销
- 五、汽车销售服务新法规的优势分析

第二节 2013-2018年中国汽车销售市场同比分析

- 一、2018年我国汽车销售状况
- 二、2018年全国汽车销量创新高
- 三、2018年中国汽车销量分析
- 四、2018年中国汽车销量情况分析
- 五、2018年中国汽车销量分析
- 六、同比分析

第三节 2018年各品牌汽车销售状况

- 一、2018年宝马集团全球销量概况
- 二、2018年奥迪销量增长情况
- 三、2018年奔驰在中国销量创纪录
- 四、2018年大众汽车销售状况
- 五、2018年奇瑞汽车出口概况

第四节 2018年中国汽车销售模式分析

- 一、汽车销售4S店集群新模式介绍
 - 二、二、三线城市青睐“超市式巡展”模式
 - 三、汽车销售模式有待变革
 - 四、汽车销售4S店存在的问题分析
 - 五、我国汽车销售必须打破传统模式
 - 六、“总量控制”或将改变汽车销售模式
- 第五节 2018年中国汽车销售中存在的问题及对策
- 一、八大问题制约我国汽车销售行业的发展
 - 二、我国汽车销售价格战原因及对策解析
 - 三、提高汽车销售服务水平的措施

第二部分 汽车广告市场深度剖析

第四章 2018年中国汽车广告市场整体运行态势分析

第一节 2018年中国汽车广告市场动态分析

- 一、第六届中国汽车广告奖颁奖仪式在京举行
- 二、汽车巅峰盛会第十届东莞车展9月29日钜献
- 三、首届汽车节成交情况

第二节 2018年中国汽车广告营销媒介分析

- 一、植入式广告
 - 1、影视剧植入广告
 - 2、央视春晚等大型活动植入广告
- 二、报刊
- 三、网络
- 四、户外广告

第五章 2018年中国汽车广告市场深度调研

第一节 2018年中国汽车广告市场增长因素分析

- 一、汽车市场消费潜力巨大是汽车广告市场快速增长的源动力
- 二、新车型广告是汽车行业广告值得期盼的增长点之一
- 三、80后消费需求不断高涨对汽车销量/广告市场来讲都是一个非常积极的信号
- 四、汽车市场的结构变化将带动二线城市汽车广告市场的繁荣

第二节 2018年中国汽车广告市场监测

- 一、中国汽车广告市场规模分析
- 二、中国汽车广告总体投放情况
- 三、中国汽车广告与其它行业投放同比

第三节 2018年中国汽车广告明星代言与消费者认知情况调研

- 一、提高品牌知名度促使车企斥巨资请明星代言
- 二、消费者对明星代言车型关注度
- 三、选择代言明星应注重明星与车型契合度

第四节 2018年中国汽车广告市场观点

- 一、汽车广告随市场回温品牌媒体“聚焦”效应明显
- 二、行业深挖需求潜力汽车广告市场值得期待

第五节 2018年中国汽车广告市场策略分析

- 一、电视+平面：汽车广告传播两大策略
 - 1、电视广告——全国覆盖+地面突围
 - 2、平面广告——深度沟通+地面活动
- 二、互联网：汽车企业营销传播突围的利器
 - 1、互联网告别替补，首发出场
 - 2、媒介渠道化，汽车网站将超越媒介

第三部分 汽车广告细分领域透析

第六章 2018年中国汽车市场植入式广告营销透析

第一节 植入式广告与汽车营销

- 一、植入式广告的概念
- 二、植入式广告与汽车营销
- 三、植入式汽车广告与中国影视
- 四、央视春晚汽车植入式广告可行性探讨

第二节 2018年中国汽车植入式广告市场探析

- 一、汽车植入式广告电影剧情打“内战”
- 二、通栏仍是汽车厂商最喜欢的广告形式
- 三、植入式广告：汽车营销别样风景

第三节 2018年汽车广告植入影视行业评析

- 一、雪佛兰Camaro——《变形金刚》
- 二、新飞度——《爱情左灯右行》
- 三、斯柯达明锐——《疯狂的赛车》
- 四、斯巴鲁——《非诚勿扰》
- 五、路虎卫士——《古墓丽影》
- 六、阿斯顿马丁——《007》系列

第七章 2018年度汽车行业互联网广告市场扫描

第一节 汽车网络营销阐述

- 一、中国汽车网络营销的网民基础
- 二、汽车网络营销的优势
- 三、中国汽车网络营销的问题

第二节 2018年中国汽车互联网广告透析

- 一、汽车互联网广告投放回暖
- 二、汽车行业互联网营销时代全面到来
- 三、汽车论坛类网站渐成广告主新宠

第三节 2018年中国汽车互联网广告深度分析

- 一、汽车互联网广告总量
- 二、汽车各类型（门户、IT等）互联网广告分析
- 三、汽车各广告形式互联网广告分析
- 四、汽车行业重点品牌互联网广告投放分析
 - 1、前10品牌广告形式选择策略
 - 2、前10品牌网站类型选择策略
 - 3、前10品牌广告投放TOP5媒体名单

第八章 2018年中国汽车网络广告及网站流量监测

第一节 2018年中国汽车网络广告动态聚焦

- 一、汽车厂商网络广告投放力度加大
- 二、汽车经销商网络广告投放注重经济性
- 三、汽车类网络广告占整体市场份额保持稳定

第二节 2018年中国汽车网络广告市场深度剖析

- 一、2018年中国汽车网络广告投放情况及同比分析
- 二、汽车网络广告向垂直网站分流长横幅网幅广告为主
- 三、汽车网络广告覆盖人数及增长率分析
- 四、门户和垂直网站竞争加剧
- 五、汽车网络广告媒体监测分析

第三节 2018年中国汽车网络广告模式调研

- 一、全屏广告
- 二、通栏广告
- 三、弹出窗口广告
- 四、画中画广告
- 五、高楼巨幅广告
- 六、漂浮广告

第四节 2018年中国汽车厂商品牌广告主投放情况

- 一、东风日产
- 二、德国大众
- 三、上海通用
- 四、一汽马自达
- 五、其它

第九章 2018年中国汽车报刊广告扫描

第一节 2018年中国汽车报告广告运行总况

- 一、近两年中国汽车报刊广告投入情况
- 二、汽车产业新政对（燃油税费改革、消费政策）汽车报刊广告投入影响
- 三、一线城市汽车报刊广告量增速偏低

第二节 2018年中国汽车报刊广告市场深度剖析

- 一、2014-2017汽车行业整体报刊广告总量及趋势分析
- 二、汽车行业广告对各媒体贡献度
- 三、2018年汽车行业细分市场报刊广告现状及特点
 - 1、汽车行业广告区域及城市广告变化
 - 2、汽车行业广告媒体分布
 - 3、汽车行业广告投放媒体类别分布
 - 4、汽车行业广告版面规格变化

第十章 2018年中国汽车行业主要车型报刊广告投放策略分析

第一节 中级轿车篇

- 一、中级轿车报刊广告媒体类别特征
- 二、中级轿车报刊广告版面规格变化
- 三、凯美瑞平面媒体广告投放策略分析
- 四、凯美瑞及竞争品牌平面媒体广告投放策略分析
- 五、投入广告额变化
- 六、全国/城市广告额分配
- 七、各媒体类别广告分配
- 八、中级轿车竞争品牌报纸/杂志广告刊登TOP10媒体

第二节 中高级轿车篇

- 一、广告版面规格特征
- 二、媒体类别选择
- 三、中高级轿车报/刊广告刊登额TOP10媒体名单

- 四、中高级轿车重点品牌广告的投放策略及媒体选择策略
- 五、投入广告额变化
- 六、全国/城市广告额分配
- 七、各媒体类别广告分配
- 八、中高级轿车竞争品牌报纸/杂志广告刊登TOP10媒体35

第三节 越野车篇

- 一、越野车重点品牌广告的投放策略及媒体选择策略
- 二、投入广告额变化
- 三、全国/城市广告额分配
- 四、各媒体类别广告分配
- 五、SUV竞争品牌报纸/杂志广告刊登TOP10媒体

第四部分 汽车广告市场前景预测

第十一章 2019-2025年中国汽车广告所属行业发展趋势与前景展望

第一节 2019-2025年中国汽车广告行业前景分析

- 一、中国汽车工业前景预测
- 二、中国汽车广告市场前景分析

第二节 2019-2025年中国汽车广告所属行业发展趋势分析

- 一、汽车营销趋势分析——区域营销+新能源
- 二、汽车网络广告的趋势
- 三、汽车植入式广告趋势

第三节 2019-2025年中国汽车广告行业市场预测分析

- 一、汽车广告所属行业市场规模预测
- 二、汽车广告市场盈利预测分析

第十二章 2018年中国汽车广告市场发展环境分析（PEST分析法）

第一节 2018年中国宏观经济环境分析

- 一、国民经济运行情况GDP
- 二、消费价格指数CPI、PPI
- 三、全国居民收入情况
- 四、恩格尔系数
- 五、工业发展形势
- 六、社会消费品零售总额
- 七、对外贸易&进出口

第二节 2018年中国汽车广告行业政策环境分析

一、汽车广告投入与市场监管

二、中国汽车广告相关政策分析

1、汽车产业政策及影响分析

2、广告产业政策及影响分析

三、其它政策分析

第三节 2018年中国汽车广告行业社会环境分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、中国城镇化率

六、居民的各种消费观念和习惯

第十三章 2019-2025年中国汽车广告行业投资战略研究

第一节 2018年中国汽车广告投资概况

一、汽车广告投资环境分析

二、汽车广告投资回报率的理性思考

第二节 2019-2025年中国汽车广告行业投资机会分析

一、汽车广告投资价值研究

二、汽车广告投资可行性分析

第三节 2019-2025年中国汽车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

第四节 行业投资建议

图表目录：

图表 2018年中国汽车行业品牌网络广告投入TOP20

图表 2013-2018年汽车报刊广告总额及年度增长情况

图表 2018年各季度汽车销量与汽车报刊广告变化

图表 2018年汽车主要产品类别报刊广告总量及变动情况

图表 2015-2018年中国广告市场营收规模/增长率

图表 2015-2018年各媒体营收规模/增长率

图表 2015-2018年汽车市场月度销量

图表 2015-2018年汽车市场年销量/增长率及2018年预测

图表 2018年汽车主要车型销量的同比增长率

图表 2018年前12月汽车行业主要车型与去年同期相比的增量及增长率

图表 2018年汽车行业报纸报告/杂志广告/销量市场增长率

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/446875.html>