

# 2023-2029年中国电视广告行业市场调查研究及发展战略规划报告

报告大纲

## 一、报告简介

华经情报网发布的《2023-2029年中国电视广告行业市场调查研究及发展战略规划报告》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/channel/media/929341.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 2018-2022年中国广告所属行业运行新态势分析

#### 1.1 2018-2022年中国广告业运行总况

#### 1.2 2018-2022年中国广告市场上的外资发展分析

##### 1.2.1 国外广告公司加速进军中国

##### 1.2.2 加快广告业对外开放步伐

##### 1.2.3 全球广告巨头中国市场竞争动态分析

##### 1.2.4 中国广告产业外资影响分析

#### 1.3 2018-2022年中国广告市场存在机遇与挑战析

##### 1.3.1 中国广告行业面临压力和挑战

##### 1.3.2 广告业占GDP的比重偏低

##### 1.3.3 中国广告行业面临发展机遇

#### 1.4 2018-2022年中国广告市场发展对策分析

##### 1.4.1 提升广告企业服务能力

##### 1.4.2 进一步优化产业结构

##### 1.4.3 推进广告产业融合发展

##### 1.4.4 提升广告产业国际化水平

##### 1.4.5 发展广告研究和教育培训

### 第二章 2018-2022年中国广告所属市场运行形势分析

#### 2.1 2018-2022年中国广告市场规模分析

##### 2.1.1 中国广告市场规模

##### 2.1.2 中国广告公司数量增长分析

##### 2.1.3 四大传统媒体广告收入状况

#### 2.2 2018-2022年中国广告行业规模

##### 2.2.1 不同业务广告规模

##### 2.2.2 不同行业广告投放

### 2.2.3区域广告市场

## 2.3 2018-2022年央视广告招标

## 2.4 2018-2022年广告投放情况分析

### 2.4.1广告投放分析

### 2.4.2广告投放主排名

### 2.4.3广告投放趋势分析

## 第三章 2018-2022年中国电视广告所属市场运行新形势透析

### 3.1 2018-2022年中国电视广告运行概况

#### 3.1.1电视媒体在传统四大媒体中的地位

#### 3.1.2网络时代电视媒体的生存态势

#### 3.1.3中国电视媒体在转型中创新

#### 3.1.4电视媒体面临的挑战和机遇

### 3.2 2018-2022年中国电视广告特性分析

#### 3.2.1电视广告的分类及优缺点

#### 3.2.2电视广告的语言特点分析

#### 3.2.3视觉文化环境下电视广告的发展

#### 3.2.4电视广告的审美特性分析

### 3.3 2018-2022年中国电视广告热点问题探讨

## 第四章 2018-2022年中国电视广告所属市场剖析

### 4.1 2018-2022年中国电视广告市场现状综述

#### 4.1.1中国移动电视广告市场规模分析

#### 4.1.2车载移动电视市场发展前景分析

#### 4.1.3电视广告资源利用分析

#### 4.1.4中国电视媒体广告的经营思路探讨

##### 1、全媒体的概述

##### 2、经营策略分析

### 4.2 2018-2022年中国电视收视率分析

#### 4.2.1影响电视收视率的四大因素浅析

#### 4.2.2电视媒体的收视情况

### 4.3 2018-2022年中国电视广告市场分析

## 第五章 2018-2022年中国移动电视广告所属市场透析

### 5.1 2018-2022年中国移动电视新媒体透析

#### 5.1.1新时期移动电视需重视四大生存法则

#### 5.1.2地铁电视媒体的经营思路分析

#### 5.1.3车载移动电视媒体的运营思路探讨

#### 5.1.4公交移动电视的发展状况及改进措施

#### 5.1.5公交移动电视广告发展现状与瓶颈

### 5.2 2018-2022年中国车载移动电视态势分析

#### 5.2.1车载移动电视市场步入发展新阶段

#### 5.2.2移动电视产业化之路初露端倪

#### 5.2.3中国车载移动电视覆盖规模分析

#### 5.2.4车载移动电视市场将持续升温

#### 5.2.5公交电视广告成本分析

## 第六章 2018-2022年中国电视广告所属市场数据监测

### 6.1 2018-2022年中国电视传媒市场结构分析

### 6.2 2018-2022年中国电视广告数据监测情况

## 第七章 2018-2022年中国电视广告重点区域市场分析

### 7.1北京电视广告市场

#### 7.1.1北京电视广告营收规模

#### 7.1.2北京电视广告投放规模

#### 7.1.3电视广告投放行业特征分析

#### 7.1.4投放电视广告的主要品牌分布

### 7.2上海电视广告市场

#### 7.2.1上海电视广告营收规模

#### 7.2.2上海电视广告投放规模

#### 7.2.3电视广告投放行业特征分析

#### 7.2.4投放电视广告的主要品牌分布

### 7.3湖南电视广告市场

#### 7.3.1湖南电视广告营收规模

#### 7.3.2湖南电视广告投放规模

#### 7.3.3电视广告投放行业特征分析

#### 7.3.4投放电视广告的主要品牌分布

## 第八章 2018-2022年中国电视广告受众接受度及其影响因素分析

### 8.1消费者对电视广告的关注度

- 8.2消费者对电视广告的信任度
- 8.3电视广告对消费者购买决策的影响力
- 8.4消费者对各类产品广告接受度
- 8.5消费者广告接受度的影响因素

## 第九章 2018-2022年中国电视广告行业竞争新格局透析

- 9.1 2018-2022年中国媒体广告经营的竞争态势分析
  - 9.1.1创意成为媒体广告主要竞争手段
  - 9.1.2新形势下中国媒体广告的竞争业态浅析
  - 9.1.3媒体广告经营的焦点在于品牌竞争
  - 9.1.4媒体广告经营竞争的关键要素
- 9.2 2018-2022年中国电视广告竞争态势分析
  - 9.2.1电视媒体进入“影响力”竞争时代
  - 9.2.2大卖场电视广告竞争升级
  - 9.2.3中小型电视广告公司SWOT分析
- 9.3 2018-2022年中国电视广告企业竞争分析
- 9.4 2023-2029年中国电视广告业竞争趋势分析

## 第十章 2018-2022年中国电视传媒企业行为分析

- 10.1中央电视台
- 10.2省级电视台
- 10.3城市电视台和县级电视台

## 第十一章 2023-2029年中国电视广告业投资前景预测分析

- 11.1 2018-2022年中国电视广告业投资政策环境分析
  - 11.1.1新《广告法》实施
  - 11.1.2新《广告法》对电视广告业的影响
  - 11.1.3工商总局发布《广告业发展“十四五”规划》
  - 11.1.4国家工商总局出台《互联网广告管理暂行办法》
- 11.2 2023-2029年中国电视广告业投资机会分析
  - 11.2.1中国广告市场发展机遇和空间依然存在
  - 11.2.2电视广告业投资热点分析
- 11.3电视广告业投资建议
  - 11.3.1企业
    - 1、对节目制作企业

## 2、对电视台

### 11.3.2对投资者

### 11.3.3对政府

## 第十二章 2023-2029年中国电视广告业前景预测分析

### 12.1 2023-2029年中国电视传媒业结构趋势分析

#### 12.1.1以电视节目的生产制作和经营为主导产业

#### 12.1.2以广告业为支柱产业

#### 12.1.3以网络经营和技术经营为基础产业

#### 12.1.4以数字广播影视及增值业务及电视传媒咨询服务业为先导产业

### 12.2 2023-2029年中国电视广告业新趋势探析

### 12.3 2023-2029年中国电视广告市场预测分析

#### 12.3.1电视广告市场规模趋势预测

#### 12.3.2电视广告收入趋势预测

#### 12.3.3电视广告投放趋势预测

### 图表目录：

图表1：2018-2022年中国广告市场占GDP的比重

图表2：美国、日本与中国广告市场规模与GDP的占比

图表3：2018-2022年中国广告市场的规模及增速

图表4：2018-2022年中国广告业经营单位户数及从业人员统计

图表5：2018-2022年主要媒介广告投放份额

图表6：2022年不同行业广告投放

图表7：2022年广播媒体-细分小类广告投放花费

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/channel/media/929341.html>