

2014-2018年中国报纸广告 市场分析与投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2014-2018年中国报纸广告市场分析与投资前景研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.bosidata.com/chuanmei1310/501285A51H.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2013-10-30

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2014-2018年中国报纸广告市场分析与投资前景研究报告》共六章。首先介绍了中国报纸广告行业市场发展环境、中国报纸广告整体运行态势等，接着分析了中国报纸广告行业市场运行的现状，然后介绍了中国报纸广告市场竞争格局。随后，报告对中国报纸广告做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国报纸广告行业发展趋势与投资预测。您若想对报纸广告产业有个系统的了解或者想投资报纸广告行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

随着报纸广告行业的不断发展,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.现在的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

报纸广告的优点包括：覆盖面广、发行量大、读者广泛而稳定、具有特殊的版面空间、阅读方式灵活、易于保存、选择性强,时效性强,文字表现力强、传播范围广、传播速度快、传播信息详尽、行业选择灵活、费用相对较低。

报纸广告的缺点就是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.

报纸广告经过不断的发展，对着目前发展缓慢，但是由于其独特的广告优势，报纸广告的发展前景极好，并将在未来迅速发展起来。

第一章 2013年中国报业发展运行分析

第一节 中国报业发展概况

- 一、中国报业发展特点
- 二、中国报业发展现状
- 三、外资报企逐鹿华夏

第二节 中国报纸出版情况

- 一、中国报纸种数统计
- 二、中国报纸印刷总数
- 三、中国报纸出版期数
- 四、中国报纸总印张数
- 五、各级报纸出版规模
- 六、各类报纸出版规模

第三节 中国报纸销售情况

一、报刊零售市场概况

二、报纸零售城乡覆盖率

三、报纸零售区域市场分析

（一）华东地区

（二）华南地区

（三）西部地区

（四）华北地区

（五）华中地区

四、各类报纸零售市场分析

（一）时政类报纸

（二）生活服务类周报

（三）财经类报纸

第四节 中国报业经营策略分析

一、报业经营改革边缘突破

二、浅析报纸的多元化经营

三、报业多元化发展价值取向

四、报业开展多元化经营分析

五、报业可持续发展策略探讨

（一）手段数字化——多元融合

（二）经营集约化——广告创收

（三）营销品牌化——公信力

第二章 2013年中国报纸广告行业发展环境分析

第一节 宏观经济发展环境分析

一、中国GDP增长情况分析

二、工业经济发展形势分析

三、全社会固定资产投资分析

四、社会消费品零售总额分析

五、城乡居民收入与消费分析

六、对外贸易的发展形势分析

第二节 行业政策环境分析

一、广告法有关规定

二、广告语言文字规定

三、报纸出版管理规定

四、报刊发行秩序规范

第三节 中国广告发展概况

一、中国广告市场规模

二、广告企业经营分析

三、中国广告市场结构

四、中国广告竞争格局

五、广告主排名变化

（一）行业分类排名

（二）品牌分类排名

六、广告媒介经营情况

第三章 2013年中国报纸广告行业发展运行分析

第一节 中国报纸广告基本概况

一、报纸广告优劣势比较

二、报纸分类广告特点分析

三、国外报纸广告行业概况

四、美国报纸广告行业现状

五、中国报纸广告市场概况

六、报纸广告行业发展特点

七、报纸广告投放技巧研究

第二节 中国报纸广告市场规模

一、中国报纸广告市场规模

二、报纸广告市场月度分析

三、报纸广告主排名情况

（一）行业分类排名情况

（二）品牌分类排名情况

四、2013年报纸广告市场分析

五、各行业报纸广告投放分析

（一）房地产行业

(二) 商业零售业

(三) 汽车行业

(四) 娱乐及休闲行业

第三节 中国报纸广告区域市场分析

一、各大区域报纸广告市场份额

二、部分城市报纸广告市场份额

(一) 北京报纸广告投放格局

(二) 吉林报纸广告投放格局

(三) 西安报纸广告投放格局

三、各地报纸广告投放情况分析

(一) 北京报纸广告投放情况分析

(二) 天津报纸广告投放情况分析

(三) 河北报纸广告投放情况分析

(四) 山西报纸广告投放情况分析

(五) 上海报纸广告投放情况分析

(六) 浙江报纸广告投放情况分析

(七) 福建报纸广告投放情况分析

(八) 安徽报纸广告投放情况分析

(九) 江西报纸广告投放情况分析

(十) 江苏报纸广告投放情况分析

(十一) 山东报纸广告投放情况分析

(十二) 湖南报纸广告投放情况分析

(十三) 广东报纸广告投放情况分析

(十四) 广西报纸广告投放情况分析

(十五) 四川报纸广告投放情况分析

(十六) 重庆报纸广告投放情况分析

(十七) 黑龙江报纸广告投放情况分析

(十八) 辽宁报纸广告投放情况分析

(十九) 吉林报纸广告投放情况分析

(二十) 甘肃报纸广告投放情况分析

第四章 2013年中国报纸广告营销策略分析

第一节 报纸广告增长动力分析

一、报纸传播价值的回归

二、适应企业营销新要求

三、发挥区域媒体的优势

第二节 报纸广告定价策略

一、以市场为导向的广告定价策略

二、以需求为导向的广告定价策略

三、以本利为导向的广告定价策略

第三节 报纸广告竞争优劣势分析

一、报纸广告竞争优势

二、报纸广告竞争劣势

第四节 提升中国报纸竞争力主要策略分析

一、报纸版面竞争力评价指标及提升策略

（一）报纸版面竞争力的评价指标

（二）报纸版面竞争力的提升策略

二、报纸进入网络分类广告市场的方式

第五章 2013年中国重点报纸广告业务竞争力分析

第一节 财经类报纸

一、21世纪经济报道

（一）基本情况介绍

（二）报纸经营情况分析

（三）报纸广告价格分析

（四）报纸读者人群分析

二、第一财经日报

（一）基本情况介绍

（二）创新区域合作模式

（三）报纸广告价格分析

（四）报纸读者及内容定位

三、经济观察报

（一）基本情况介绍

（二）报纸营销策略分析

(三) 报纸广告价格分析

(四) 报纸读者人群分析

(五) 报纸广告价值分析

四、中国经营报

(一) 基本情况介绍

(二) 报纸广告价格分析

(三) 报纸读者人群分析

(四) 报社行业专版信息

(五) 报纸广告发行分析

五、理财周报

(一) 基本情况介绍

(二) 报纸版块内容分析

(三) 报纸广告价格分析

(四) 报纸读者人群分析

六、中国证券报

(一) 基本情况介绍

(二) 报纸广告价格分析

(三) 报纸读者人群分析

(四) 报纸广告价值分析

七、华夏时报

(一) 基本情况介绍

(二) 报纸内容定位分析

(三) 报纸营销理念分析

(四) 报纸广告价格分析

(五) 报纸读者人群分析

八、证券时报

(一) 基本情况介绍

(二) 报纸内容定位分析

(三) 报纸广告价格分析

(四) 报纸读者人群分析

九、证券日报

(一) 基本情况介绍

- (二) 报纸经营特色分析
- (三) 报纸营销站点分布
- (四) 报纸广告价格分析

十、每日经济新闻

- (一) 基本情况介绍
- (二) 报纸内容定位分析
- (三) 报纸广告价格分析
- (四) 报纸读者人群分析

第二节 都市类报纸

一、广州日报

- (一) 公司基本情况
- (二) 报刊发行方式分析
- (三) 报刊广告关注分析
- (四) 报刊读者特征分析
- (五) 报刊广告价格分析
- (六) 企业营销网络分布

二、南方都市报

- (一) 公司基本情况
- (二) 报刊版面发行分析
- (三) 报刊广告关注分析
- (四) 报刊读者特征分析
- (五) 报刊广告价格分析

三、北京青年报

- (一) 公司基本情况
- (二) 报刊广告分类情况
- (三) 报刊读者特征分析
- (四) 报刊广告价格分析

四、扬子晚报

- (一) 公司基本情况
- (二) 报刊营销策略分析
- (三) 报刊读者特征分析
- (四) 报刊广告价格分析

(五) 报刊网站广告价格

(六) 企业营销网络介绍

五、新闻晨报

(一) 公司基本情况

(二) 报刊版面发行分析

(三) 报刊读者特征分析

(四) 报刊广告价格分析

六、成都商报

(一) 公司基本情况

(二) 广告内容定位分析

(三) 报刊读者特征分析

(四) 报刊广告价格分析

七、新京报

(一) 公司基本情况

(二) 广告内容定位分析

(三) 广告版面设计分析

(四) 报刊读者特征分析

(五) 报刊广告价格分析

八、京华时报

(一) 公司基本情况

(二) 广告版面设计分析

(三) 报刊风格及其优势

(四) 报刊读者特征分析

(五) 报刊广告价格分析

九、华商报

(一) 公司基本情况

(二) 报刊版面及其发行

(三) 报刊广告价值分析

(四) 报刊读者特征分析

(五) 报刊广告价格分析

十、楚天都市报

(一) 公司基本情况

- (二) 报刊版面及其内容
- (三) 报刊广告价值分析
- (四) 报刊读者特征分析
- (五) 报刊广告价格分析

第六章 2014-2018年中国报纸广告市场投资前景及风险分析

第一节 2014-2018年报纸广告前景趋势分析

一、 “十二五”报刊行业发展规划

- (一) 发展目标
- (二) 发展重点
- (三) 保障措施

二、中国报纸广告发展趋向分析

第二节 2014-2018年报纸广告市场前景预测

- 一、报纸发行规模预测
- 二、报纸广告收入预测
- 三、报纸盈利能力预测

第三节 2014-2018年报纸行业投资风险分析

- 一、宏观经济风险
- 二、收入依赖风险
- 三、市场竞争风险

第四节 2014-2018年报纸企业业务扩展路径分析

- 一、业务整合
- 二、开拓新媒体业务
- 三、核心业务纵深发展
- 四、外延式扩张道路

第五节 2014-2018年报纸广告行业竞争策略分析

图表目录：

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2012年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2012年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2013年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2013年中国GDP增速预测

图表：略……

本研究报告数据主要采用国家统计数据，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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/chuanmei1310/501285A51H.html>