

2017-2022年中国报纸广告 市场研究与投资前景分析报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2017-2022年中国报纸广告市场研究与投资前景分析报告》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.abaogao.com/b/chuanmei/998477LM73.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

报纸广告以文字和图画为主要视觉刺激，不像其他广告媒介，如电视广告等受到时间的限制。而且报纸可以反复阅读，便于保存。鉴于报纸纸质及印制工艺上的原因，报纸广告中的商品外观形象和款式、色彩不能理想地反映出来。

2014年上半年各级报纸广告投放量低于去年同期，其中全国性报纸广告投放比2013上半年减少11%，省级/直辖市报纸广告投放同比减少14.6%，地方报纸广告投放减少6.1%；地方报纸广告投放占整体的39.2%，比2013上半年增长2.2个百分点，省级/直辖市报纸广告投放占比减少2.2个百分点。

2014年上半年各行业在各级报纸上的广告投放

2014年上半年各级报纸广告投放占总体报纸广告投放比例

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国报纸广告市场研究与投资前景分析报告》共六章。首先介绍了报纸广告行业市场发展环境、报纸广告整体运行态势等，接着分析了报纸广告行业市场运行的现状，然后介绍了报纸广告市场竞争格局。随后，报告对报纸广告做了重点企业经营状况分析，最后分析了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。

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

由于新兴媒体和移动手持终端的发展，以及报纸广告版面的减少，全国报纸总印刷量下降较

大,2015年全国报纸总印刷量相比2011年的1678亿对开印张,下降了31.76%,净减少533亿对开印张。2015年印刷量调查统计报告,仍以各单位年印刷量大小顺序列表,从中可以看出,2015年印量下降的单位有132家,占被调查单位的87.42%。

2015年全国主要报纸印刷量调查汇总表

为了便于分析各地区的情况,今年仍按各省市,分别列了汇总表。从全国31个省、市、自治区的报纸年印刷量看,不论东部、中部或西部,报纸印刷量全部下降。其中下降幅度超过15%的有重庆、湖北、辽宁、陕西、江西、黑龙江、四川、浙江、广东、天津、江苏、贵州等12个省市。印刷量下降幅度低于10%有西藏、宁夏、海南、青海、山西、甘肃、北京、上海等8个省市自治区。从全国六个大地区看,报纸印刷量均有显著下降,其中东北和西南地区下降幅度超过20%,中南、西北、华东和华北地区下降幅度也在10%以上。

2015年全国各地区报纸印刷量分布统计表

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 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

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/chuanmei/998477LM73.html>