

2022-2028年中国广播广告行业投资策略探讨及市场规模预测报告

报告大纲

智研咨询

www.chyxx.com

一、报告简介

智研咨询发布的《2022-2028年中国广播广告行业投资策略探讨及市场规模预测报告》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.chyxx.com/research/202110/979346.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.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

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。

智研咨询发布的《2022-2028年中国广播广告行业投资策略探讨及市场规模预测报告》共十三章。首先介绍了广播广告行业市场发展环境、广播广告整体运行态势等，接着分析了广播广告行业市场运行的现状，然后介绍了广播广告市场竞争格局。随后，报告对广播广告做了重点企业经营状况分析，最后分析了广播广告行业发展趋势与投资预测。您若想对广播广告产业有个系统的了解或者想投资广播广告行业，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 2017-2021年中国广告行业运行新态势分析

第一节 2017-2021年中国广告业运行总况

一、中国广告业规模跃居世界第二

二、中国广告市场洗牌在即

三、中国广告业的产业组织结构解析

第二节 2017-2021年中国广告市场上的外资发展分析

一、国外广告公司加速进军中国

二、外资加速在华新媒体广告业布局

三、全球广告巨头中国市场竞争动态分析

四、中国广告产业外资影响分析

第三节 2017-2021年中国广告市场存在问题分析

一、中国广告行业的“多米诺效应”分析

二、广告业的市场壁垒效应分析

三、新兴媒体侵占传统媒体广告空间

第四节 2017-2021年中国广告市场发展对策分析

一、中国广告行业要实行集团化发展

二、中国广告教育需要新思维

三、广告目标受众问题对策解析

四、有效广告投放途径分析

第二章 2017-2021年中国广告市场运行形势分析

第一节 2017-2021年中国广告市场规模分析

- 一、中国广告市场规模
- 二、我国广告公司数量增速放缓
- 三、三大主流媒体广告收入状况

第二节 2017-2021年中国广告行业规模

- 一、不同媒体广告份额
- 二、不同行业广告投放
- 三、区域广告市场

第三节 2017-2021年央视广告招标

- 一、2017-2021年历年招标金额
- 二、2017-2021年央视招标行业结构

第四节 2017-2021年广告投放情况分析

- 一、2017-2021年广告投放分析
- 二、2017-2021年广告投放媒体排名
- 三、2017-2021年广告投放品牌排名

第三章 2017-2021年中国广播广告业运行环境解析

第一节 2017-2021年中国广播广告业政策环境分析

- 一、广播电视广告播放管理
- 二、制止非法转播奥运赛事及相关活动的行为
- 三、中国电视评价新标准出台

第二节 2017-2021年中国经济环境分析

- 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、固定资产投资情况
- 七、财政收支状况
- 八、社会消费品零售总额
- 九、对外贸易&进出口

第三节 2017-2021年中国广播广告业社会环境分析

第四章 2017-2021年全球广播行业运行状况分析

第一节 2017-2021年全球广播业现状综述

- 一、数字风暴席卷全球，各国竞争日趋激烈

二、卫星应用方兴未艾，卫星广播地位显现

三、信息革命翻天覆地，广播发展迈开步伐

第二节 2017-2021年全球广播业亮点分析

一、网络功能融合加快，全球化传播成趋势

二、技术发展日渐成熟，广播智能日新月异

第三节 2017-2021年全球广播业重点电台分析

一、清晰频道

二、英国广播公司(BBC)

三、NHK(日本广播协会)

第四节 2017-2021年全球广播业部分国家和地区运行透析

一、美国

二、英国

三、欧洲其他国家

四、日本

第五章 2017-2021年中国广播行业运行形势分析

第一节 中国广播行业相关概述

一、我国广播媒体价值继续攀升

二、广播业在媒介融合环境下的发展分析

第二节 2017-2021年中国广播行业现状综述

一、节目内容日益丰富，广告收入持续增长

二、境外资本加速进入，国际巨头布局中国

三、产业融合逐渐深入，纵横发展成为主流

第三节 2017-2021年中国广播行业热点解析

一、听众需求逐渐细分，专业化发展成主流

二、数字广播发展加快，科技含量不断提高

三、盈利模式相对单一，收入结构严重失调

第四节 2017-2021年中国广播媒介产业化的问题与对策探析

第六章 2017-2021年中国广播广告产业运行态势分析

第一节 2017-2021年中国广播广告运行总况

一、广播的独特广告价值优势

二、我国交通广播广告创收情况

三、我国广播广告的多元化发展分析

四、广播广告的营销价值及技术趋势

五、农村广播广告市场发展潜力分析

六、中国广播广告的经营与发展分析

七、广播广告的数据化营销详解

第二节 2017-2021年中国广播广告的经营与发展

- 一、广播广告经营状况
- 二、广播广告经营模式分析
- 三、广播广告多元化的经营格局
- 四、广播广告市场经营存在问题分析
- 五、中国广播广告经营策略浅析
- 六、广播广告经营发展思路和对策解析

第三节 2017-2021年中国广播广告的品牌竞争与营销

- 一、品牌营销时代的广播广告竞争现状
- 二、提升广播品牌打造广播广告经营的核心竞争力
- 三、广播品牌营销时代的广播广告经营策略
- 四、广播广告营销的三阶段论及其特点
- 五、广播广告的数据化营销详解

第七章 2017-2021年中国广播市场运行态势分析

第八章 2017-2021年中国广播广告插播时段与不同节目收听率情况

第一节 新闻栏目

- 一、央视广播电台新闻栏目播放时段及收听率
- 二、省级电台广播电台新闻栏目播放时段及收听率
- 三、新闻栏目广告插播情况分析
- 四、新闻栏目广告创收情况

第二节 交通频率

- 一、央视广播电台交通频率播放时段及收听率
- 二、省级电台广播电台交通频率播放时段及收听率
- 三、交通频率广告插播情况分析
- 四、我国交通广播广告创收情况

第三节 音乐类栏目

- 一、央视广播电台音乐类栏目播放时段及收听率
- 二、省级电台广播电台音乐类栏目播放时段及收听率
- 三、音乐类栏目广告插播情况分析
- 四、音乐类栏目广告创收情况

第四节 谈话类栏目

- 一、央视广播电台谈话类栏目播放时段及收听率
- 二、省级电台广播电台谈话类栏目播放时段及收听率
- 三、谈话类栏目广告插播情况分析

四、谈话类栏目广告创收情况

第九章 2017-2021年中国广播消费市场分析

第一节 新时期广播听众研究

- 一、审美时代的到来带动了听众审美情趣的提高
- 二、听众群体的改变要求广播节目增强其对象性
- 三、黄金时间的淡化造成听众收听时段不再集中
- 四、听众收听方式趋于更加多样性

第二节 流动听众——广播听众群中的“新贵”

一、流动听众是不可或缺的重要听众群

- 1、流动听众是广播的忠实听众
- 2、流动听众群日趋壮大
- 3、流动听众的含金量高

二、流动听众的收听习惯与家庭听众明显不同

- 1、流动听众收听广播的频率更为密集
- 2、车是流动听众收听广播主要场所、车载系统是主要收听工具
- 3、流动听众的平均收听时长更长一些
- 4、流动听众收听广播时间比较固定，收听曲线呈先扬后抑的趋势
- 5、交通消息是流动听众尤为关注的信息
- 6、新闻、音乐、交通节目都是流动听众最喜欢的节目
- 7、流动听众最关注汽车的有关信息

三、交通频率在流动广播市场中占绝对优势

- 1、交通频率是流动听众最常收听的频率
- 2、交通频率在流动广播市场中占据的份额最大
- 3、交通频率在白天的收听率高于晚上
- 4、音乐频率是流动听众的另一个重要选择

第三节 农村广播听众心理初探

第四节 广播听众的变迁与应对策略

- 一、听众审美情趣的提高
- 二、听众群体的缩小
- 三、听众收听时段的分散
- 四、听众收听工具的改变

第十章 2017-2021年中国广播广告持续发展探析

第一节 广播广告近些年呈明显递增趋势

第二节 解析广播广告的持续发展

- 一、广播自身不断提高，广播更具有可听性

- 二、听众回流，广播广告市场扩大
- 三、广播优势更好的应用于广告投放中
- 四、广播广告投放性价比高
- 五、广播广告体制改革
- 六、广播广告经营越来越受到重视

第三节 广播广告经营的不足之处和障碍

- 一、广播广告也需要一个良好的行业环境
- 二、广播行业空间局限的束缚必须早日解开
- 三、广播广告价格体制不合理
- 四、广播广告代理机制发展不成熟
- 五、提高广播广告的经营意识，有效整合

第四节 广播事业正面临着二次发展的大好机遇

第十一章 2017-2021年中国广播行业竞争格局与竞争行为

第一节 2017-2021年中国广播行业竞争格局

- 一、传媒市场竞争激烈，传统媒体经受考验
- 二、行业竞争日趋激烈，集团发展梯度显现
- 三、活动营销——打造广播媒体综合竞争力

第二节 2017-2021年中国广播行业竞争行为

- 一、节目同步联合播出，横向整合步伐加快
- 二、价值链进一步整合，纵向发展格局盛行
- 三、抵抗单一收入风险，多元经营格局起步
- 四、频率专业化趋深入，多层次节目群形成

第三节 2017-2021年中国广播行业部分电台竞争力评价

第十二章 2017-2021年中国类型化、专业化电台的发展新进展分析

第一节 类型化电台相关概述

第二节 2017-2021年类型化电台在中国的发展

- 一、中国广播行业市场化的现状使得类型化电台必需逐步推进
- 二、体制限制和频率资源的制约是类型化电台推广的桎梏
- 三、电台资源短缺和人员专业素质限制了电台类型化的实施
- 四、类型化电台节目形态整体设计、节目形态的引进与本土化创新改造

第三节 广播类型化中受众市场的深度细分、全新广播受众市场的拓展

- 一、受众市场细分催生广播专业化趋势
- 二、专业化广播需要对细分市场精确分析
- 三、细分市场的制约因素
- 四、细分市场的主要分析方法

第四节 类型化电台在中国的发展出路

- 一、内容上，以新闻、音乐等发挥广播优势的类型作为尝试
- 二、地域上，从传媒行业竞争比较激烈的大中城市开始推进

第五节 未来中国类型化电台发展方向

- 一、世界类型化电台的发展模式和趋势
- 二、中国广播类型化、品牌化发展的突出问题
- 三、公共广播模式和商业广播模式发展的方向和趋势

第十三章 2022-2028年中国广播广告行业投资前景预测

第一节 中国广播广告业投资价值评价

第二节 2022-2028年中国广播广告多元化趋势探析

第三节 2022-2028年中国广播广告投资机会分析

- 一、数字广播带来的投资机会
- 二、农村广播市场大有潜力

第四节 2022-2028年中国广播广告投资风险预警

第五节 投资建议

一、对企业

- 1、细分听众不同需求，坚持内容特色求胜
- 2、加强人才队伍培养，走向主持人中心制
- 3、加快类型化改革，分离内容制作与播出

二、对投资者

- 1、认准行业发展潜力，切入内容和设备领域
- 2、关注企业发展潜力，注重持续投资回报

三、对政府

- 1、推进科技体制创新，促进广播事业发展
- 2、加大科技研发投入，拓宽广播融资渠道

部分图表目录：

图表：不同年龄听众的全天收听率走势比较

图表：广播产业价值链的基本模型

图表：北京地区到达率排名前十位的频率

图表：北京收听市场全天市场份额排名前19位频率

图表：北京收听市场频率收听率排名前19位频率

图表：杭州地区到达率排名前十位的频率

图表：杭州地区主要电台收听排行

图表：南京地区所有频率收听率、占有率排名

图表：徐州地区广播平均收听率

- 图表：张家港地区电台平均收听率排名
 - 图表：合肥地区收听率排名
 - 图表：合肥地区周达到率与日达到率排名
 - 图表：阜阳地区收听率数据
 - 图表：宜昌地区收听率排名
 - 图表：宜昌地区平均占有率
 - 图表：荆州地区电台平均收听率
 - 图表：荆州地区平均占有率
 - 图表：长沙地区主要电台收听排行
 - 图表：长沙地区主要电台到达率
 - 图表：长沙地区主要电台节目收听排行
 - 图表：厦门地区收地听占有率数据
 - 图表：南宁地区主要电台收听率排名
 - 图表：昆明地区广播市场份额
 - 图表：佛山地区广播市场份额
 - 图表：2021年佛山地区主要电台的平均收听率
 - 图表：2021年佛山地区主要电台的平均到达率
 - 图表：珠海地区平均周到达率排名前五位的电台
 - 图表：珠海地区各电台的市场份额
 - 图表：韶关地区电台平均收听率
 - 图表：韶关地区电台平均占有率
 - 图表：韶关地区电台日到达率
 - 图表：韶关地区电台周到达率
 - 图表：江门地区收听率数据
 - 图表：东莞地区平均收听率
- 更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/202110/979346.html>