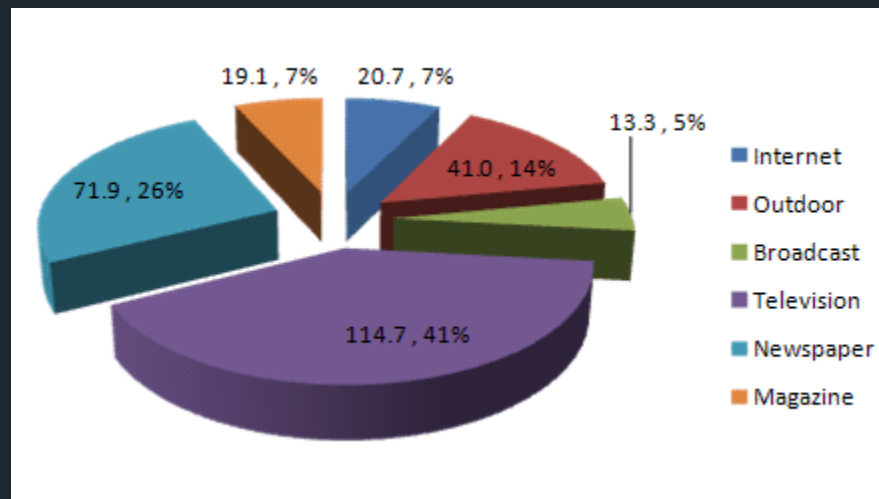


2009-2010年中国广告行业研究报告



- 2009年，中国传统媒体稳定发展的同时，网络广告一枝独秀，以品牌渗透率高、精准度高、受众庞大等优势，愈发受广告主青睐。

图：2009年中国广告行业主要细分市场规模及份额
(单位：十亿元)



来源：水清木华研究中心

- 2009年中国网络广告市场规模达207亿。各主要网络媒体中，百度的网络广告收入高达44.5亿元，排名首位。谷歌、新浪、淘宝紧随其后，分列二至四位。网络广告细分市场中，搜索引擎与门户网站仍占据主体地位，以淘宝为代表的电子商务媒体，以优酷、土豆为代表的视频类媒体价值凸显，中国网络广告市场开始出现多元发展趋势。
- 2009年，中国广播广告市场规模约为133亿元；其中广播电台收入75.83亿元，比2008年增长4.51%；电视广告市场规模约为1147.4亿元，其中电视台收入为654.03亿元，比2008年增长7.36%。而电视广告市场执行《广播电视播出管理办法》（61号令）后，预计2010年电视广告总收入将有所缩减。强势电视媒体的广告资源更加稀缺，广告植入与软性合作将逐渐增多。
- 2009年，中国平面媒体市场规模约为910亿元，其中报纸广告市场约为718.9亿元，杂志广告市场约为191.1亿元。报纸媒介的发展在减弱，杂志却增强。报纸准入门槛高，竞争在主要的各大报纸之间展开，盈利模式趋于多样化，利润空间比较小。杂志的进入门槛较低，各种类别的杂志都有爱好群体，盈利模式主要依赖广告，利润空间相对较大。
- 2009年，中国户外媒体市场规模约为410亿元。受政策影响，户外大牌广告的发展受限。公交与地铁的电视液晶广告增长强劲，取代商业楼宇液晶电视媒体，成为户外电子屏媒体广告份额第一名。随着城市交通的发展，公共交通工具上的媒体更趋主流化。
- 伴随着3G的迅速发展，发展手机媒体在内的各种移动应用成为各大运营商的重点方向。2010年初，国移动互联网用户群达到2.33亿，为无线广告创造了诱人的市场空间。
- 本报告分别介绍了网络广告、平面广告、电视和广播广告、户外广告、无线广告的发展现状、2010的发展预测以及行业内主流媒介企业进行了深入分析。

报告目录

- 第一章 我国广告业发展环境分析
 - 1.1 经济发展环境
 - 1.2 政策法规环境
- 第二章 2009年广告业运行回顾
 - 2.1 广告市场概况
 - 2.1.1 市场总体规模
 - 2.1.2 广告媒介结构变动
 - 2.2 广告业发展现状
 - 2.2.1 2009各行业广告投入变化
 - 2.2.2 现存的问题
- 第三章 2009年网络广告市场分析
 - 3.1 网络广告现状分析
 - 3.2 2009-2010年网络广告市场规模预测分析
 - 3.3 网络广告经营格局分析
 - 3.4 网络广告市场细分趋势分析
 - 3.5 2009年中国网络广告市场品牌广告主分析
 - 3.6 网络广告的优势和特点
 - 3.7 中国网络广告主要媒体收入排名
 - 3.8 新浪
 - 3.9 搜狐
 - 3.10 腾讯
 - 3.11 网易
- 第四章 2009年搜索引擎广告市场分析
 - 4.1 搜索引擎广告现状分析
 - 4.2 百度
 - 4.3 谷歌
- 第五章 2009年报刊广告市场分析
 - 5.1 报刊广告市场
 - 5.2 新华传媒
 - 5.3 博瑞传播
- 第六章 2009年户外广告市场分析
 - 6.1 2009中国户外广告市场的现状和特点
 - 6.2 北巴传媒
 - 6.3 华视传媒
 - 6.4 航美传媒
 - 6.5 分众传媒
 - 6.6 郁金香传媒
- 第七章 2009年电视广告市场分析
 - 7.1 电视广告市场概况
 - 7.2 重点行业继续保持电视广告投放
 - 7.3 电视广告市场发展趋势
 - 7.4 中国各级电视台广告投放差异
 - 7.5 中视传媒
 - 7.6 歌华有线

- 第八章 2009年广播广告市场分析
 - 8.1 广播广告的特性
 - 8.2 广播广告发展情况
 - 8.3 典型企业分析-远传广播
- 第九章 2009年无线广告市场分析
 - 9.1 无线广告市场发展状况
 - 9.2 手机媒体广告的SWOT分析
 - 9.3 无线广告赢利分析
 - 9.4 典型企业分析-掌上灵通
-
- 第十章 2010年中国广告市场预测

图表目录

- 图：2001-2009年我国国民生产总值增长趋势（单位：万亿元）
- 图：2001-2006年我国固定资产投资状况分析（单位：十亿元）
- 图：2003-2010E广告市场总量增长率和GDP增长率对比（%）
- 图：2009年中国广告行业六大媒体市场规模及份额
- 图：2007-2010年中国网络广告市场趋势
- 图：2008-2009投放网络硬广告的广告主与品牌数量
- 表：2009年中国市场广告花费前十广告主名单(电视/报纸/杂志)
- 图：2008-2009三大运营商电讯类广告花费对比（单位：百万元人民币）
- 图：2009年三种上网方式年增长率
- 表：2009Q1-2009Q4 中国GDP企业景气指数及品牌网络广告主数量变化趋势
- 图：2005-2011年中国网络广告市场规模和增长率（单位：十亿元RMB,%）
- 图：2009年中国网络广告市场主要媒体市场份额
- 图：2005-2009年中国网络广告市场主要媒体网络广告营收规模变化趋势（单位：十亿元）
- 表：2005-2013年中国网络广告细分形式市场规模预测
- 图：2002-2009年中国品牌网络投放费用（单位：十亿元RMB,%）
- 图：2002-2009年中国品牌网络广告主数量（单位ie：个,%）
- 表：2009年中国品牌网络广告投放费用行业排名TOP20
- 图：2009年中国网络广告市场核心媒体网络广告营收规模（十亿元RMB）
- 图：2008Q4-2009Q4新浪经营数据统计（单位：百万美元）
- 图：2009Q4-2010Q1搜狐经营数据统计（单位：百万美元）
- 图：2006Q1-2009Q4搜狐广告业务经营数据统计
- 图：2005-2009腾讯经营数据统计（单位：百万元人民币）
- 图：2008Q4-2009Q4网易经营数据统计（单位：百万元人民币）

- 图：2007Q4-2009Q4网易广告运营数据统计（单位：百万美元、%）
- 图：搜索引擎营收影响因素模型
- 图：2002-2013中国引擎市场规模预测（单位：十亿元、%）
- 图：2002-2013中国搜索引擎市场规模占网络广告市场总规模比重增长情况（%）
- 图：2003-2009中国搜索引擎市场营收份额
- 图：2006Q2-2010Q1百度营收增长
- 图：2009Q1-2010Q1百度经营数据统计（单位：百万元人民币）
- 图：2009Q1-2010Q1谷歌经营数据统计（单位：百万美元）
- 图：2009年中国报纸媒体广告花费前十品牌
- 图：2009年中国杂志媒体广告花费前十品牌
- 图：2007-2009新华传媒经营数据统计（单位：百万元人民币）
- 图：中视传媒股东构架图
- 表：2009新华传媒主营业务分行业或产品统计（单位：元人民币）
- 表：2009新华传媒主营业务分地区统计（单位：元人民币）
- 图：2009Q1-2010Q1博瑞传播经营数据统计（单位：百万元人民币）
- 图：2008-2009户外视频媒体广告份额变化
- 图：搭乘公共交通工具的趋势
- 图：2007-2010Q1北巴传媒经营数据统计（单位：百万元人民币）
- 表：2009年北巴传媒主营业务分行业、产品情况（单位：百万元人民币）
- 表：北巴传媒和广告代理商之间老的合作方案
- 表：北巴传媒和广告代理商之间新的合作方案（2010-2016年）
- 图：2008Q4-2009Q4华视传媒经营数据统计（单位：百万美元）
- 图：2008Q4-2009Q4航美传媒经营数据统计（单位：百万美元）
- 图：2008Q1-2010Q1航美传媒机场框架运营数据统计
- 图：2008Q1-2010Q1航美传媒飞机数字电视屏运营数据统计

- 图：2008Q1-2010Q1航美传媒机场数字电视屏运营数据统计
- 图：2008Q4-2009Q4分众传媒经营数据统计（单位：百万美元）
- 表：郁金香在15个城市的LED屏幕个数统计
- 图：2009年电视人口及有线、数字电视用户数（单位：百万）
- 表：2009年中国电视媒体广告花费前十品牌
- 图：2010年各级频道刊例增幅（30秒版本）
- 图：2010年各时段刊例增幅（30秒版本）
- 表：央视广告价格涨幅统计
- 表：卫视广告价格涨幅统计
- 图：2007-2010Q1中视传媒经营数据统计（单位：百万元人民币）
- 图：中视传媒股东构架图
- 表：2009中视传媒主营业务分行业、产品情况（单位：元人民币）
- 表：2009中视传媒主营业务分地区情况（单位：元人民币）
- 图：2007-2010Q1歌华有线经营数据统计（单位：百万元人民币）
- 表：2009年歌华有线经营业务分行业统计（单位：百万元人民币）
- 图：2009年各级电台在全国的市场份额
- 图：2009年手机上网三大应用年增长率
- 图：2007Q1-2009Q4掌上灵通营业收入统计（单位：千美元）
- 图：2008Q3-2009Q3掌上灵通经营数据统计（单位：百万美元）

购买报告

价 格	电子版： 4500元	电话： 010-8260. 1561/62/63
	纸质版： 4000元	传真： 010-8260. 1570
页数： 92页		邮箱： hanyue@waterwood.com.cn
发布日期： 2010-05		网址： www.pday.com.cn
链接： http://www.pday.com.cn/Htmls/Report/201005/24511089.html		
地址： 北京市海淀区苏州街18号长远天地大厦A2座1008室		

如何申请购买报告

1, 请填写《研究报告订购协议》

(http://www.pday.com.cn/research/pday_report.doc), 注明单位名称、联系人、
联系办法(含传真和邮件)、申请报告名称, 然后签字盖章后传真到: 86-10-
82601570。

2, 研究中心在签订协议后, 将回复传真给您。

3, 会员或客户按照签订的协议汇款到以下帐户:

开户行: 交通银行世纪城支行

帐号: 110060668012015061217

户名: 北京水清木华科技有限公司

4, 研究中心在收到会员或客户汇款凭证的传真确认后, 按时提供信息服务资料或研究报告的文档。

电话: 86-10-82601561、82601562、82601563 传真: 86-10-82601570

版权声明

该报告的所有图片、表格以及文字内容的版权归北京水清木华科技有限公司（水清木华研究中心）所有。其中，部分图表在标注有其他方面数据来源的情况下，版权归属原数据所有公司。水清木华研究中心获取的数据主要来源于市场调查、公开资料和第三方购买，如果有涉及版权纠纷问题，请及时联络水清木华研究中心。