

# 2020-2026年中国广告媒体 行业发展趋势与发展前景预测报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2020-2026年中国广告媒体行业发展趋势与发展前景预测报告》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.cction.com/report/202005/164342.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

广告媒体是用于向公众发布广告的传播载体，是指传播商品或劳务信息所运用的物质与技术手段。传统的“四大广告媒体”为电视、电台、报纸、杂志。在广告行业把电视媒体和电台媒体称为电波媒体；把报纸和杂志媒体称为平面媒体，以此区分。从样本喜爱广告类型来看，41.1%样本关注日用消费类广告，关注度最高为，主要由于此类消费品为居民消费必需品；40.8%样本喜爱家电、手机等电子产品广告，24.3%样本关注汽车类广告，反映样本群体收入较高引发对电子产品、汽车的消费需求；38.8%样本关注娱乐类广告，排名第三，反映样本群体对文化娱乐消费追求较强，其关注度仅略低于反映日常必需消费的日用消费广告，其背后是居民娱乐文化消费习惯的养成，反映了居民未来在电影、游戏等方面的消费潜力。喜爱广告类型的分布情况

2011-2017上半年传统媒体广告刊例花费同比增速

中企顾问网发布的《2020-2026年中国广告媒体行业发展趋势与发展前景预测报告》共十二章。首先介绍了中国广告媒体行业市场发展环境、广告媒体整体运行态势等，接着分析了中国广告媒体行业市场运行的现状，然后介绍了广告媒体市场竞争格局。随后，报告对广告媒体做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国广告媒体行业发展趋势与投资预测。您若想对广告媒体产业有个系统的了解或者想投资中国广告媒体行业，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 广告媒体行业发展概述第一节 广告媒体的概念一、广告媒体的定义二、广告媒体的特点三、广告媒体的分类第二节 广告媒体行业发展成熟度一、行业发展周期分析二、行业中外市场成熟度对比三、行业及其主要子行业成熟度分析第三节 广告媒体市场特征分析一、市场规模二、产业关联度三、影响需求的关键因素四、国内和国际市场五、主要竞争因素六、生命周期 第二章 全球广告媒体行业发展分析第一节 世界广告媒体行业发展分析一、2015年世界广告媒体行业发展分析二、2016年世界广告媒体行业发展分析三、2019年世界广告媒体行业发展分析第二节 全球广告媒体市场分析一、2019年全球广告媒体需求分析二、2019年欧美广告媒体需求分析三、2019年中外广告媒体市场对比第三节 2015-2019年主要国家或地区广告媒体行业发展分析一、2015-2019年美国广告媒体行业分析二、2015-2019年日本广告媒体行业分析三、2015-2019年欧洲广告媒体行业分析 第三章 我国广告媒体行业发展分析第一节 中国广告媒体行业发展状况一、2019年广告媒体行业发展状况分析二、2019年中国广告媒体行业发展动态三、2019年广告媒体行业经营业绩分析四、2019年我国广告媒体行业发展热点第二节 中国广告媒体市场供需状况一、2019年中国广

告媒体行业供给能力二、2019年中国广告媒体市场供给分析三、2019年中国广告媒体市场需求分析

第三节 2016-2019年我国广告媒体市场分析一、2016年广告媒体市场分析二、2019年广告媒体市场分析

第四章 广告媒体行业竞争格局分析第一节 行业竞争结构分析一、现有企业间竞争二、潜在进入者分析三、替代品威胁分析四、供应商议价能力五、客户议价能力

第二节 行业集中度分析一、市场集中度分析二、企业集中度分析三、区域集中度分析

第三节 行业国际竞争力比较一、需求条件二、支援与相关产业三、企业战略、结构与竞争状态四、政府的作用

第四节 广告媒体行业主要企业竞争力分析一、重点企业资产总计对比分析二、重点企业从业人员对比分析三、重点企业综合竞争力对比分析

第五节 2015-2019年广告媒体行业竞争格局分析一、2019年广告媒体行业竞争分析二、2019年中外广告媒体产品竞争分析三、2015-2019年国内外广告媒体竞争分析四、2015-2019年我国广告媒体市场竞争分析五、2015-2019年我国广告媒体市场集中度分析六、2018-2023年国内主要广告媒体企业动向

第五章 广告媒体企业竞争策略分析第一节 广告媒体市场竞争策略分析一、2019年广告媒体市场增长潜力分析二、现有广告媒体行业竞争策略分析

第二节 广告媒体企业竞争策略分析一、全球热点对广告媒体行业竞争格局的影响二、全球热点后广告媒体行业竞争格局的变化三、2018-2023年我国广告媒体市场竞争趋势四、2018-2023年广告媒体行业竞争格局展望五、2018-2023年广告媒体行业竞争策略分析六、2018-2023年广告媒体企业竞争策略分析

第六章 主要广告媒体企业竞争分析一、广东南方传媒科技发展有限公司1、企业概况2、竞争优势分析3、2015-2019年经营状况4、2018-2023年发展战略二、华视创媒有限公司1、企业概况2、竞争优势分析3、2015-2019年经营状况4、2018-2023年发展战略三、奥美广告公司1、企业概况2、竞争优势分析3、2015-2019年经营状况4、2018-2023年发展战略四、广东省广告公司1、企业概况2、竞争优势分析3、2015-2019年经营状况4、2018-2023年发展战略五、北京未来广告有限公司1、企业概况2、竞争优势分析3、2015-2019年经营状况4、2018-2023年发展战略六、广东英扬传奇广告有限公司1、企业概况2、竞争优势分析3、2015-2019年经营状况4、2018-2023年发展战略七、合众广告传播集团1、企业概况2、竞争优势分析3、2015-2019年经营状况4、2018-2023年发展战略八、上海同盟广告有限公司1、企业概况2、竞争优势分析3、2015-2019年经营状况4、2018-2023年发展战略九、成都市文通一线文化传媒有限公司1、企业概况2、竞争优势分析3、2015-2019年经营状况4、2018-2023年发展战略十、索贝国际广告(北京)有限公司1、企业概况2、竞争优势分析3、2015-2019年经营状况4、2018-2023年发展战略

第七章 广告媒体行业发展趋势分析第一节 2019年发展环境展望一、2019年宏观经济形势展望二、2019年政策走势及其影响三、2019年国际行业走势展望

第二节 2019年广告媒体行业发展趋势分析一、2019年行业发展趋势分析三、2019年行业竞争格局展望

第三节 2018-2023年中国广告媒体市场趋势分析一、2016-2019年广告媒体市场趋势总结二、2018-2023年广告媒体发展趋势分析

三、2018-2023年广告媒体市场发展空间四、2018-2023年广告媒体产业政策趋向 第八章 未来广告媒体行业发展预测第一节 未来广告媒体需求与市场预测一、2018-2023年广告媒体市场规模预测二、2018-2023年广告媒体行业总资产预测第二节 2018-2023年中国广告媒体行业供需预测一、2018-2023年中国广告媒体供给预测二、2018-2023年中国广告媒体需求预测三、2018-2023年中国广告媒体供需平衡预测 第九章 2016-2019年广告媒体行业投资现状分析第一节 2016年广告媒体行业投资情况分析一、2016年总体投资及结构二、2016年投资规模情况三、2016年投资增速情况四、2016年分行业投资分析五、2016年分地区投资分析六、2016年外商投资情况第二节 2019年广告媒体行业投资情况分析一、2019年投资及结构二、2019年投资规模情况三、2019年投资增速情况四、2019年细分行业投资分析五、2019年各地区投资分析六、2019年外商投资情况 第十章 广告媒体行业投资环境分析第一节 经济发展环境分析一、2015-2019年我国宏观经济运行情况二、2018-2023年我国宏观经济形势分析三、2018-2023年投资趋势及其影响预测第二节 政策法规环境分析一、2019年广告媒体行业政策环境二、2019年国内宏观政策对其影响三、2019年行业产业政策对其影响第三节 社会发展环境分析一、国内社会环境发展现状二、2019年社会环境发展分析三、2018-2023年社会环境对行业的影响 第十一章 广告媒体行业投资机会与风险第一节 行业活力系数比较及分析一、2019年相关产业活力系数比较二、2015-2019年行业活力系数分析第二节 行业投资收益率比较及分析一、2019年相关产业投资收益率比较二、2015-2019年行业投资收益率分析第三节 广告媒体行业投资效益分析一、2015-2019年广告媒体行业投资状况分析二、2018-2023年广告媒体行业投资效益分析三、2018-2023年广告媒体行业投资趋势预测四、2018-2023年广告媒体行业的投资方向五、2018-2023年广告媒体行业投资的建议六、新进入者应注意的障碍因素分析第四节 影响广告媒体行业发展的主要因素一、2018-2023年影响广告媒体行业运行的有利因素分析二、2018-2023年影响广告媒体行业运行的稳定因素分析三、2018-2023年影响广告媒体行业运行的不利因素分析四、2018-2023年我国广告媒体行业发展面临的挑战分析五、2018-2023年我国广告媒体行业发展面临的机遇分析第五节 广告媒体行业投资风险及控制策略分析一、2018-2023年广告媒体行业市场风险及控制策略二、2018-2023年广告媒体行业政策风险及控制策略三、2018-2023年广告媒体行业经营风险及控制策略四、2018-2023年广告媒体行业技术风险及控制策略五、2018-2023年广告媒体同业竞争风险及控制策略六、2018-2023年广告媒体行业其他风险及控制策略 第十二章 广告媒体行业投资战略研究第一节 广告媒体行业发展战略研究一、战略综合规划二、技术开发战略三、业务组合战略四、区域战略规划五、产业战略规划第二节 广告媒体行业投资战略研究一、2016年广告媒体行业投资战略研究二、2019年广告媒体行业投资战略研究三、2018-2023年广告媒体行业投资形势四、2018-2023年广告媒体行业投资战略 图表目录：图表：广告媒体产业链分析图表：国际广告媒体市场规模图表：国

际广告媒体生命周期图表：2015-2019年中国广告媒体竞争力分析图表：2015-2019年中国广告媒体行业市场规模图表：2015-2019年全球广告媒体产业市场规模图表：2015-2019年广告媒体重要数据指标比较图表：2015-2019年中国广告媒体行业销售情况分析图表：2015-2019年中国广告媒体行业利润情况分析图表：2015-2019年中国广告媒体行业资产情况分析图表：2018-2023年中国广告媒体市场前景预测图表：2018-2023年中国广告媒体发展前景预测

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202005/164342.html>