

# 2021-2027年中国广告行业 发展态势与市场年度调研报告

## 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

《2021-2027年中国广告行业发展态势与市场年度调研报告》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/202108/231827.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，顾名思义，就是广而告之，向社会广大公众告知某件事物。广告就其含义来说，有广义和狭义之分。在2016年对全球广告市场增长贡献最多的10个国家中，有5个是新兴国家，这些国家未来三年广告增长预计占全球广告增长的38%。从整体来看，2016年到2019年新兴国家贡献全球广告支出增长的56%，市场份额从38%增长至40%。2016年到2019年中国广告市场预计增长740.00亿美元，中国占同期全球广告支出增长的24%；同期美国将贡献全球广告支出增长的28%。2016年与2019年（预计）世界各主要国家广告支出费用（百万美元）数据来源：公开资料整理

中企顾问网发布的《2021-2027年中国广告行业发展态势与市场年度调研报告》共九章。首先介绍了广告行业市场发展环境、广告整体运行态势等，接着分析了广告行业市场运行的现状，然后介绍了广告市场竞争格局。随后，报告对广告做了重点企业经营状况分析，最后分析了广告行业发展趋势与投资预测。您若想对广告产业有个系统的了解或者想投资广告行业，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2015-2019年全球广告产业运行总况

第一节世界广告业运行概况

一、世界广告业发展历程

二、世界广告媒体发展分析

三、世界广告业的逻辑发展轨迹解析

四、金融危机中对海外广告市场的影响分析

第二节2015-2019年世界广告业收入数据监测

一、按地域统计

二、按媒体类型统计

三、按照行业统计

第三节世界广告业发展趋势分析

## 第二章2015-2019年中国广告行业运行新态势分析

### 第一节2015-2019年中国广告业运行总况

- 一、中国广告业规模
  - 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2015-2019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2015-2019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2015-2019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

## 第三章2015-2019年中国广告市场运行形势分析

### 第一节2015-2019年中国广告市场规模分析

- 一、中国广告市场规模
- 二、中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2015-2019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2015-2019年央视广告招标

- 一、2015-2019年历年招标金额
- 二、2015-2019年央视招标行业结构

## 第四节2015-2019年广告投放情况分析

- 一、广告投放分析
- 二、广告投放媒体排名
- 三、广告投放品牌排名

## 第四章2015-2019年中国本土广告企业运行新格局分析

### 第一节2015-2019年中国本土广告企业运行概况

- 一、广告行业呈现“外进国退”现象
- 二、本土广告公司“小、散、乱”
- 三、亟待战略转型突破市场重围
- 四、本土广告公司亟待突破利润瓶颈

### 第二节2015-2019年中国广告公司动态分析

- 一、中国网络广告代理公司竞争格局
- 二、本土广告公司开辟新业务应对国际竞争
- 三、4A广告公司发展的经营业态分析
- 四、本土广告公司发展的方向透析

### 第三节2015-2019年中国广告公司面临的问题与对策

- 一、传统型广告代理公司的生存现状堪忧
- 二、国内广告公司自身存在的主要问题
- 三、新媒体给传统广告公司带来强势挑战
- 四、本土广告公司持续发展的对策
- 五、塑造本土广告公司核心竞争力的对策

### 第四节2015-2019年中国广告企业成功案例解析

- 一、南京卓越形象品牌传播事业机构
- 二、大唐灵狮
- 三、分析师结论

## 第五章2015-2019年中国三大主流广告媒体透析

### 第一节电视广告

- 一、电视媒体在传统四大媒体中的地位
- 二、网络时代电视媒体的生存态势
- 三、视觉文化环境下电视广告的发展

#### 四、中国移动电视广告市场规模分析

#### 五、中国电视广告市场将持续增长2010-2019年我国电视广告收入规模及同比增速数据来源：

公开资料整理

#### 第二节报纸广告

##### 一、中国报纸产业发展及其重要推动力分析

##### 二、报纸仍然是刊登广告的最佳媒体

##### 三、中国报纸广告市场份额分析

##### 四、国内报纸广告收入增长减缓亟须创新

#### 第三节广播广告

##### 一、中国广播媒体价值继续攀升

##### 二、广播的独特广告价值优势

##### 三、中国交通广播广告创收情况

##### 四、中国广播广告的经营与发展分析

##### 五、广播广告的数据化营销详解

#### 第四节互联网广告

##### 一、中国互联网广告商机逐渐显现

##### 二、市场疲软互联网广告下挫分类网站成热点

##### 三、快速消费品网上热卖网络广告针对性受推崇

##### 四、网络视频广告模式发展势头强劲

##### 五、网络游戏广告营销手段升级

### 第六章世界五大广告集团运行浅析

#### 第一节国际广告集团发展概况

##### 一、世界五大广告集团发展回顾

##### 二、国际广告集团加速在华扩张步伐

##### 三、国际广告集团的经营模式解析

#### 第二节OMNICOM集团

##### 一、OMNICOM集团简介

##### 二、OMNICOM经营状况分析

#### 第三节WPP集团

##### 一、集团简介

##### 二、WPP集团的成长战略轨迹分析

三、WPP经营状况分析

四、WPP与谷歌启动研究新媒体广告消费动向

#### 第四节INTERPUBLICGROUP

一、INTERPUBLIC简介

二、INTERPUBLIC经营状况分析

#### 第五节阳狮集团

一、集团简介

二、实力传播公司发展状况

三、阳狮集团在美收购PBJs公司扩展营销业务

四、阳狮集团进一步扩大在华份额

#### 第六节日本电通集团

一、电通集团简介

二、日本电通广告优秀著作进入中国书市

三、电通携手日本雅虎抢摊新型广告市场

四、电通集团经营状况分析

### 第七章中国广告主体企业竞争力分析与关键性财务数据分析

#### 第一节分众传媒（中国）控股有限公司

一、企业概况

二、产品与服务

三、楼宇液晶广告

四、卖场终端联播网

五、公寓电梯联播网（框架）

六、商旅人士联播网

#### 第二节中视传媒股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

#### 第三节北京巴士传媒股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

#### 第四节湖南电广传媒股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

#### 第五节广东九州阳光传媒股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

#### 第六节陕西广电网络传媒股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

#### 第七节成都博瑞传播股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

## 第八章中国广告产业前景展望与趋势预测

### 第一节中国广告行业发展趋势预测

- 一、中国广告市场未来几年发展潜力巨大
- 二、广告业竞争在规模和专业领域呈现两极分化趋势
- 三、广告行业越来越重视资本运作
- 四、数字化技术成为影响广告业发展的重要力量

### 第二节中国广告行业态势预测

- 一、中国报刊广告市场发展预测
- 二、中国网络广告市场发展预测
- 三、中国车载移动电视广告市场预测
- 四、中国广告市场预测

## 第九章中国广告产业前景展望与趋势预测

### 第一节2021-2027年中国广告业投资政策环境分析

- 一、发改委提指导意见促广告业发展
- 二、港澳在粤投资广告业不再需要北京审批
- 三、深圳市出台政策大力扶持广告业
- 四、福州出台措施扶持广告业发展

### 第二节中国广告业投资机会分析

- 一、金融危机下中国广告市场的投资机遇
- 二、“第五媒体”广告市场孕育巨大商机
- 三、网络游戏市场受青睐
- 四、移动电视媒体广告价值受肯定
- 五、国际广告公司积极开发二线城市

### 第三节中国广告业投资风险预警

- 一、金融风险
- 二、技术风险
- 三、政策风险
- 四、其它风险

## 第四节投资建议

部分图表目录：

图表1：2015-2019年世界广告业收入分析

图表2：2019年世界广告业收入地区分布

图表3：2019年世界广告业收入媒体类型分布

图表4：2019年世界广告业收入行业类型分布

图表5：2019年全国市场各行业广告投放变化

图表6：同比增长最快的前二十行业小类

图表7：2019年央视黄金广告招标会企业中标价格一览

图表8：新闻联播10秒广告中标价格

图表9：2015-2019年全国广告市场月度投放变化

图表10：2015-2019年电视广告市场月度投放变化

图表11：四大媒体广告花费同比变化

图表12：2019年全国市场广告主投放排名及变化

图表13：重点广告主分媒体类型投放变化及对比

图表14：2019年度中国交通广播广告创收排名表(71家会员单位)

图表53：中国广告项目风险控制建议与收益潜力提升措施

图表54：广告产品技术应用注意事项分析

更多图表见正文&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202108/231827.html>