

2020-2026年中国广告行业 市场调研与投资趋势预测报告

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

《2020-2026年中国广告行业市场调研与投资趋势预测报告》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.abaogao.com/b/chuanmei/M93271DVFw.html>

报告价格：印刷版：RMB 8000 电子版：RMB 8000 印刷版+电子版：RMB 8200

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

智研数据研究中心发布的《2020-2026年中国广告行业市场调研与投资趋势预测报告》共十四章。首先介绍了中国广告行业市场发展环境、广告整体运行态势等，接着分析了中国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，最后分析了中国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中国广告行业，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：第一部分 产业环境透视第一章 广告行业相关概述第一节 广告业定义、分类及原则一、广告的定义二、广告的功能三、广告的种类四、广告的原则第二节 广告的本质与作用分析一、广告的本质与构成分析二、广告的策划流程的制定三、广告市场定价作用探析四、广告对消费行为影响分析五、广告对公共领域影响分析第三节 广告与品牌、营销关系概述一、广告的影响力关联品牌传播二、广告与品牌形象之塑造分析三、企业的品牌定位与广告策略四、广告与营销战略的关系解析五、广告创作在营销中注意问题第二章 广告行业市场环境及影响分析（PEST）第一节 广告行业政治法律环境（P）一、行业管理体制分析二、行业主要法律法规三、广告行业标准四、行业相关发展规划1、广告行业国家发展规划2、广告行业地方发展规划五、政策环境对行业的影响第二节 行业经济环境分析（E）一、宏观经济形势分析二、宏观经济环境对行业的影响分析第三节 行业社会环境分析（S）一、广告产业社会环境1、人口环境分析2、教育环境分析3、文化环境分析4、中国城镇化率二、社会环境对行业的影响三、广告产业发展对社会发展的影响第四节 行业技术环境分析（T）一、广告技术分析1、技术水平总体发展情况2、我国广告行业新技术研究二、广告技术发展水平1、我国广告行业技术水平所处阶段2、与国外广告行业的技术差距三、2017年广告技术发展分析四、行业主要技术发展趋势五、技术环境对行业的影响第二部分 行业深度分析第三章 我国广告行业运行现状分析第一节 我国广告行业发展状况分析一、我国广告行业发展阶段二、我国广告行业发展总体概况三、我国广告行业发展特点分析四、我国广告行业商业模式分析第二节 我国广告行业发展现状一、我国广告行业市场规模二、我国广告行业发展分析三、中国广告企业发展分析四、我国广告市场价格分析1、广告市场定价机制组成2、广告市场价格影响因素第三节 2016-2017年我国广告市场运行情况一、中国广告市场总体概况1、2016-2017年全媒体广告刊例花费同比增幅2、2016-2017年传统广告刊例花费同比增幅3、2016-2017年各媒介广告刊例花费变化4、2016-2017年各媒介广告增长贡献量二、2016年传统媒介花费TOP20厂

商1、广告刊例花费Top20厂商2、广告刊例花费Top20品牌

第四节 2017年中国广告市场发展形势分析

一、广告市场发展“主流”和“非主流”趋势

1、全球广告市场发展良好2、发达国家的广告势头均放缓二、2017年广告市场增长情况三、2017年广告行业媒体竞争格局四、广告费用格局——药品类广告支撑市场增长五、2014-2017年传统广告花费前20品牌集中度六、2017年不同预算规模广告主对当年营销预算七、广告受众趋势及营销大事件分析

1、黄金时段广告均价与广告头条流量价值对比

2、OTT冲击传统互联网和传统电视

3、视频网站内容付费盈利模式冲击

4、数据、大数据、人工智能对广告行业的影响

第三部分 市场全景调研

第四章 中国传统媒体广告市场发展情况及投放策略

第一节 电视广告市场发展情况及投放策略

一、2015-2017年电视广告刊例收入变化

二、2015-2017年电视广告时长变化

三、电视广告花费和时长

1、2015-2017年电视各级频道广告刊例收入变化

2、2015-2017年电视各级频道广告总时长变化

四、省级卫视的广告时长变化

五、电视广告花费TOP5行业

1、电视广告刊例花费TOP5行业变化

2、电视主要行业花费前五品类变化

3、不同级别卫视电视广告刊例TOP5行业的花费变化

六、电视广告花费TOP10品牌

1、电视广告花费TOP10品牌变化

2、各级电视频道广告花费TOP10品牌及变化

3、品牌数量前15位的省级卫视

七、电视广告发展趋势与发展策略

第二节 电台广告市场发展情况及投放策略

一、广告刊例收入变化

二、广告时长变化情况

三、不同时段广告花费/时长同比变化

四、广告花费TOP5行业

1、电视广告刊例花费TOP5行业变化

2、主要行业花费前五品类的变化

五、广告花费TOP10品牌变化

六、电台广告发展趋势与发展策略

第三节 报纸广告市场发展情况及投放策略

一、报纸广告收入变化情况

二、报纸广告面积变化情况

三、报纸广告花费TOP5行业

四、报纸广告花费TOP10品牌五、报纸广告发展趋势与发展策略第四节 杂志广告市场发展情况及投放策略一、杂志广告收入变化情况二、杂志广告面积变化情况三、杂志广告花费TOP5行业四、杂志广告花费TOP10品牌五、杂志广告发展趋势与发展策略第五章 户外广告市场发展情况及投放策略第一节 户外广告市场发展分析一、户外广告特征影响分析1、户外广告投放特点分析2、户外广告主要类型介绍3、户外广告分类功能分析4、户外广告特征要求分析五、户外广告影响城市文化二、户外广告市场发展分析1、中国户外广告发展现状2、户外电子屏广告市场规模3、户外电子屏广告主统计情况4、户外电子屏广告细分行业规模五、主要行业户外广告投放状况六、重点品牌户外广告投放状况七、户外电子屏广告重点市场动态第二节 户外广告市场运行情况及投放策略一、户外广告收入变化情况二、户外广告面积变化情况三、户外广告花费TOP5行业四、户外广告花费TOP10品牌五、户外广告投放策略1、户外广告投放时间选择2、户外广告投放地段选择3、户外广告投放媒体类型选择六、户外广告发展趋势与发展策略第三节 户外广告市场前景分析一、户外广告分类发展趋势二、二三线城市的发展潜力三、户外广告发展趋势分析四、户外广告价格上涨趋势五、户外广告进入LED时代第六章 新媒体广告市场发展情况

及投放策略第一节 新媒体广告市场发展现状一、新媒体广告投放形式二、新媒体广告市场总体结构三、物联网时代新媒体广告的机遇和挑战四、新媒体环境下广告植入的发展趋势分析五、新媒体环境下我国广告产业的转型研究六、新媒体广告市场规模预测第二节 网络广告市场发展分析一、互联网产业发展状况及趋势分析二、互联网广告市场形势分析1、网络广告市场发展规模分析2、各类网络广告形式市场分析3、网络广告各重点行业投放情况4、程序化购买广告市场发展及其影响三、网络广告的创新与发展1、新型网络直播广告模式发展分析2、网络视频广告模式发展分析3、网络植入式广告营销手段升级第三节 影院广告市场发展分析一、影院广告业务及收入分析二、2017年影院视频广告发展情况1、2017年影院广告收入规模2、2017年影院广告花费TOP5行业3、2017年影院广告花费TOP10品牌三、影院广告的细分市场发展潜力分析1、影院映前广告发展潜力分析2、电影贴片广告发展潜力分析3、电影植入广告发展潜力分析第四节 商业楼宇广告市场发展分析一、商业楼宇广告市场未来的趋势二、商业楼宇电子屏广告市场前景1、商业楼宇电子屏广告市场概况2、2017年我国商业楼宇电子屏广告竞争格局三、商务楼宇视频广告发展情况1、商务楼宇视频广告收入规模2、商务楼宇视频广告花费TOP5行业3、商务楼宇视频广告花费TOP10品牌第五节 交通类广告市场发展分析一、交通类广告市场结构二、交通类视频广告发展情况1、2017年交通类视频广告收入规模2、2017年交通类视频广告花费TOP5行业3、2017年交通类视频广告花费TOP10品牌三、交通类细分市场发展潜力分析1、公交移动广告发展潜力分析2、出租车广告发展潜力分析3、地铁广告发展潜力分析第六节 新媒体广告发展趋势及发展策略分析 第七章 广告主投放现状及细分行业广告费用分析第一节 广告主广告投放规模分析一、广告投放行业广告花费结构分析二、广告投放行业广告花费排行榜三、广告投放品牌投放额分析第二节 各细分行业广告费用分析一、消费电子广告投放分析1、消费电子广告投放费用2、消费电子广告投放企业3、消费电子广告投放媒体4、消费电子广告投放前景二、手机广告投放分析1、手机广告投放费用2、手机广告投放企业3、手机广告投放媒体4、手机广告投放前景三、食品饮料广告投放分析1、食品饮料广告投放费用2、食品饮料广告投放企业3、食品饮料广告投放媒体4、食品饮料广告投放前景四、汽车广告投放分析1、汽车广告投放费用2、汽车广告投放企业3、汽车各细分市场广告投放4、汽车广告投放媒体5、汽车广告投放前景五、化妆品广告投放分析1、化妆品广告投放费用2、化妆品广告投放企业3、化妆品广告投放媒体4、化妆品广告投放前景六、银行业广告投放分析1、银行业广告投放费用2、银行业广告投放企业3、银行业广告投放媒体4、银行广告投放前景七、医院广告投放分析1、医院广告投放费用2、医院广告投放企业3、医院广告投放媒体4、医院广告投放前景八、药品广告投放分析1、药品广告投放费用2、药品广告投放企业3、药品广告投放媒体4、药品广告投放前景九、房地产广告投放分析1、房地产广告投放费用2、房地产广告投放企业3、房地产广告投放媒体4、房地产广告投放前景 第四部分 竞争格

局分析第八章 2018-2023年广告行业竞争形势及策略第一节 行业总体市场竞争状况分析一、广告行业竞争结构分析1、现有企业间竞争2、潜在进入者分析3、替代品威胁分析4、供应商议价能力5、客户议价能力6、竞争结构特点总结二、广告行业企业间竞争格局分析三、广告行业市场集中度分析1、一线城市广告市场份额2、非一线城市广告市场潜力四、广告行业SWOT分析第二节 中国广告行业竞争格局综述一、广告行业竞争概况二、中国广告行业竞争力分析三、中国广告服务竞争力优势分析四、广告行业主要企业竞争力分析第三节 广告行业竞争格局分析一、国内外广告竞争分析二、我国广告市场竞争分析三、我国广告市场集中度分析第四节 广告行业并购重组分析一、跨国公司在华投资兼并与重组分析二、本土企业投资兼并与重组分析三、行业投资兼并与重组趋势分析第五节 广告市场竞争策略分析 第九章 2018-2023年广告行业领先企业经营形势分析第一节 北京电通广告有限公司一、企业发展简况分析二、企业经营状况分析三、企业经营模式分析四、企业广告业务覆盖范围分析五、企业广告业务客户情况分析六、企业发展优劣势分析七、企业最新发展动向分析第二节 盛世长城国际广告有限公司一、企业发展简况分析二、企业经营状况分析三、企业经营模式分析四、企业广告业务覆盖范围分析五、企业广告业务客户情况分析六、企业发展优劣势分析七、企业最新发展动向分析第三节 分众传媒信息技术股份有限公司一、企业发展简况分析二、企业经营状况分析三、企业经营模式分析四、企业广告业务覆盖范围分析五、企业广告业务客户情况分析六、企业发展优劣势分析七、企业最新发展动向分析八、企业投资并购现状第四节 广东省广告集团股份有限公司一、企业发展简况分析二、企业经营状况分析三、企业经营模式分析四、企业广告业务覆盖范围分析五、企业广告业务客户情况分析六、企业发展优劣势分析七、企业最新发展动向分析第五节 中视金桥国际传媒集团有限公司一、企业发展简况分析二、企业经营状况分析三、企业经营模式分析四、企业广告业务覆盖范围分析五、企业广告业务客户情况分析六、企业发展优劣势分析七、企业最新发展动向分析第六节 上海龙韵广告传播股份有限公司一、企业发展简况分析二、企业经营状况分析三、企业经营模式分析四、企业广告业务覆盖范围分析五、企业广告业务客户情况分析六、企业发展优劣势分析七、企业最新发展动向分析第七节 上海旭通广告有限公司一、企业发展简况分析二、企业经营状况分析三、企业经营模式分析四、企业广告业务覆盖范围分析五、企业广告业务客户情况分析六、企业发展优劣势分析七、企业最新发展动向分析第八节 广东旭日广告有限公司一、企业发展简况分析二、企业经营状况分析三、企业经营模式分析四、企业广告业务覆盖范围分析五、企业广告业务客户情况分析六、企业发展优劣势分析七、企业最新发展动向分析第九节 北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司一、企业发展简况分析二、企业经营状况分析三、企业经营模式分析四、企业广告业务覆盖范围分析五、企业广告业务客户情况分析六、企业发展优劣势分析七、企业最新发展动向分析八、企业投资并购现状第十节 昌荣传媒股份有

限公司一、企业发展简况分析二、企业经营状况分析三、企业经营模式分析四、企业广告业务覆盖范围分析五、企业广告业务客户情况分析六、企业发展优劣势分析七、企业最新发展动向分析 第五部分 发展前景展望第十章 2018-2023年广告行业前景及趋势预测第一节 2018-2023年广告市场发展前景一、2018-2023年广告市场发展潜力二、2018-2023年广告市场发展前景展望三、2018-2023年广告细分行业发展前景分析第二节 2018-2023年广告市场发展趋势预测一、2018-2023年广告行业发展趋势二、2018-2023年广告市场规模预测1、广告行业市场容量预测2、广告行业销售收入预测三、2018-2023年广告行业应用趋势预测四、2018-2023年细分市场发展趋势预测第三节 中国广告行业“十三五”发展预测一、中国广告行业“十三五”规划二、“十三五”广告行业发展重点分析三、“十三五”中国广告行业发展预测第四节 影响企业经营的关键趋势一、市场整合成长趋势二、需求变化趋势及新的商业机遇预测三、企业区域市场拓展的趋势四、广告模式变化及替代广告模式进展五、影响企业销售与服务方式的关键趋势 第十一章 2018-2023年广告行业投资机会与风险防范第一节 广告行业投融资情况一、行业资金渠道分析二、固定资产投资分析三、兼并重组情况分析四、广告行业投资现状分析1、广告产业投资经历的阶段2、2015-2017年广告行业投资状况回顾3、2018-2023年中国广告行业风险投资状况4、2018-2023年我国广告行业的投资态势分析第二节 2018-2023年广告行业投资机会一、产业链投资机会二、细分市场投资机会三、重点区域投资机会四、广告行业投资机遇第三节 2018-2023年广告行业投资风险及防范一、政策风险及防范二、技术风险及防范三、供求风险及防范四、宏观经济波动风险及防范五、关联产业风险及防范六、产品结构风险及防范七、其他风险及防范第四节 中国广告行业投资建议一、广告行业未来发展方向二、广告行业主要投资建议三、中国广告企业融资分析 第六部分 发展战略研究第十二章 2018-2023年广告行业面临的困境及对策第一节 2017年广告行业面临的困境第二节 广告企业面临的困境及对策一、重点广告企业面临的困境及对策二、中小广告企业发展困境及策略分析三、国内广告企业的出路分析第三节 中国广告行业存在的问题及对策一、中国广告行业存在的问题二、广告行业发展的建议对策1、把握国家投资的契机2、竞争性战略联盟的实施3、企业自身应对策略三、市场的重点客户战略实施1、实施重点客户战略的必要性2、合理确立重点客户3、重点客户战略管理4、重点客户管理功能第四节 中国广告市场发展面临的挑战与对策 第十三章 广告行业发展战略研究第一节 广告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、产业战略规划六、营销品牌战略七、竞争战略规划第二节 对我国广告品牌的战略思考一、广告品牌的重要性二、广告实施品牌战略的意义三、广告企业品牌的现状分析四、我国广告企业的品牌战略五、广告品牌战略管理的策略第三节 广告经营策略分析一、广告市场细分策略二、广告市场创新策略三、品牌定位与品类规划四、广告新产品差异化战略第四节 广告行业发展

战略研究一、2017年广告行业发展战略二、2018-2023年广告行业发展战略三、2018-2023年细分行业发展战略第五节 2018-2023年企业战略规划分析一、数字战略规划二、移动战略规划三、大屏战略规划四、跨屏战略规划 第十四章 研究结论及发展建议第一节 广告行业研究结论及建议第二节 广告子行业研究结论及建议第三节 广告行业发展建议一、行业发展策略建议二、行业投资方向建议三、行业投资方式建议 图表目录：图表：广告行业生命周期图表：广告行业产业链结构图表：按传播媒介为标准广告行业分类图表：按广告目的为标准广告行业分类图表：中国广告经营额在GDP中占比情况图表：广告行业相关标准准则一览表

：2015-2017年工业增加值月度同比增长速度图表：2015-2017年中国广告市场规模及增长率图表：2015-2017年上半年中国各媒体广告增幅情况图表：2016年各细分广告媒介对市场增长的贡献图表：中国广告技术公司海外并购部分案例图表：2018-2023年广告业市场规模及增长率预测图表：2010-2016年电视广告收入对比分析图表：2016年电视广告分频道组投放变化情况图表：2016年央视各频道收视情况图表：2015-2017年央视各频道广告投放情况图表

：2015-2017年卫视频道新格局变化情况图表：2017年各卫视收视表现情况图表：2017年各卫视晚间时段满档率图表：2017年各主要城市收视情况图表：2017年电视广告投放前五行业增幅变化情况图表：2017年电视媒体刊例花费TOP10品牌变化情况图表：2015-2017年报纸广告收入变化情况图表：2015-2017年报纸广告面积对比分析图表：2017年我国报纸广告花费TOP5行业变化情况图表：2017年报纸广告花费TOP10品牌变化情况图表：2015-2017年杂志广告收入对比分析图表：2015-2017年杂志广告面积对比分析图表：2017年杂志广告花费TOP5行业变化情况图表：2017年杂志广告花费TOP10品牌变化情况图表：洗发护发产品广告效果图表：内文广告的机会与优势图表：不同品类的广告排版对比图表：特殊设计的传播效果图表

：2015-2017年我国电台媒体广告收入变化情况图表：2015-2017年我国电台媒体广告时长变化情况图表：2015-2017年我国不同类型电台频率花费变化图表：2016年电台广告花费份额大于2%的品类图表：2017年我国电台广告花费TOP5行业变化情况图表：2017年我国电台广告花费TOP10品牌变化情况图表：媒介工具在传播中的优势图表：2015-2017年户外广告收入对比分析图表：2015-2017年户外广告面积对比分析图表：2017年户外广告花费TOP5行业变化情况图表：2017年户外广告花费TOP10品牌变化情况图表：户外广告行业发展趋势分析图表

：2015-2017年商务楼宇视频广告收入变化情况图表：2017年商务楼宇视频广告花费TOP5行业变化图表：2017年商务楼宇视频广告花费TOP10品牌变化图表：2015-2017年影院视频广告收入变化情况图表：2017年影院视频广告花费TOP5行业变化情况图表：2017年影院视频广告花费TOP10品牌变化情况图表：2015-2017年交通类视频广告收入变化情况图表：2017年交通类视频广告花费TOP5行业变化情况图表：2017年交通类视频广告花费TOP10品牌变化图表

：2015-2017年互联网广告收入变化情况图表：2017年互联网广告花费TOP5行业变化情况图表

: 2017年全媒体广告花费月度同比变化图表 : 2010-2017年银行业网络广告投放费用及增长率
图表 : 2017年银行业网络广告费用排行图表 : 2017年银行业网络广告投放媒体类别排行图表
: 2016-2017年我国商业银行净利润和资本利润率图表 : 2015-2017年医院网络广告投放费用及
增长率图表 : 2017年医院网络广告费用排行图表 : 2017年月医院网络广告投放媒体类别排行
图表 : 2016-2017年中国医院收支与利润规模图表 : 2016-2017年药品网络广告投放费用及增长
率图表 : 2017年药品网络广告费用排行图表 : 2017年药品网络广告投放媒体类别排行图表
: 2015-2017年我国医药制造业销售收入变化情况图表 : 2015-2017年我国医药制造业盈利能力
分析图表 : 2015-2017年消费电子网络广告投放费用图表 : 2017年消费电子网络广告费用排行
图表 : 2017年消费电子网络广告投放媒体类别排行图表 : 2015-2017年手机网络广告投放费用
及增长率图表 : 2015-2017年中国广告业经营情况图表 : 2017年手机网络广告投放媒体类别排
行图表 : 2015-2017年全球广告行业市场规模图表 : 2015-2017年中国广告行业市场规模

详细请访问 : <http://www.abaogao.com/b/chuanmei/M93271DVFW.html>