

2018-2024年中国广告行业竞争格局及投资战略咨询报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2018-2024年中国广告行业竞争格局及投资战略咨询报告》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/201711/580011.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

2011年以来，我国GDP增速从两位数逐年下滑，广告行业增速也从2012年后明显放缓。2016年我国广告市场规模6500亿，增速8.6%，较2015略有回升，目前已经是全球第二大广告市场。

我国广告市场规模变动

资料来源：公开资料整理

我国历年 GDP增速

资料来源：公开资料、智研咨询整理

智研咨询发布的《2018-2024年中国广告行业竞争格局及投资战略咨询报告》共十三章。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 行业发展现状

第一章 广告概论 1

第一节 广告概述 1

一、广告的概念 1

二、广告的要害与分类 3

第二节 广告设计的基本原理 5

一、广告的设计观念 5

二、广告设计的前提与基础 7

三、广告设计的美学特征 11

四、广告的设计策略 15

五、广告设计的构成要素 20

第三节 广告设计的程序 24

一、广告设计的程序 24

二、广告设计的目的 26

三、广告设计的主题与题材 29

四、广告主题的基本要素及设定展开 37

第四节 广告设计的创意 41

- 一、创意是广告的灵魂 41
- 二、广告创意的创造性思维 42
- 三、广告创意的基础与前提 44
- 四、现代广告创意的策略要点 46
- 五、广告创意的过程 47
- 六、现代广告创意的策略类型 50

第二章 2014-2017年世界广告行业运行状况分析 57

第一节 2014-2017年世界广告行业发展分析 57

- 一、世界广告媒体发展历史 57
- 二、世界广告行业的逻辑发展轨迹解析 62
- 三、世界广告行业发展统计数据分析 66

第二节 2014-2017年世界主要国家广告行业分析 68

- 一、美国 68
- 二、日本 71
- 三、英国 71
- 四、俄罗斯 72

第三节 2018-2024年世界广告行业发展趋势分析 74

一、2017年世界广告行业发展趋势 74

2016年全球广告市场规模近6300亿美元，增速4.6%，基本平稳。广告行业与GDP历来高度相关，经济景气低迷时，广告主对未来收入预期不乐观，相应广告投入也会缩减。

全球广告市场规模变动

资料来源：公开资料整理

- 二、世界广告业设计内涵的演变 78
- 三、现代广告设计中的后现代反传统思维 81
- 四、主流创意规则面临终极挑战 83
- 五、21世纪呼唤高素质的广告人才 87

第三章 2014-2017年世界六大广告集团运营情况分析 91

第一节 奥姆尼康集团 91

- 一、基本情况 91
- 二、2014-2017年经营及市场销售分析 93
- 三、国际化发展战略 94

第二节 WPP集团 95

- 一、公司基本情况 95
- 二、2014-2017年经营及市场销售分析 96

三、国际化发展战略	97
第三节 IPG集团	98
一、公司基本情况	98
二、2014-2017年经营及市场销售分析	100
三、国际化发展战略	100
第四节 阳狮集团	101
一、公司基本情况	101
二、2014-2017年经营及市场销售分析	102
三、国际化发展战略	103
第五节 日本电通集团	106
一、公司基本情况	106
二、2014-2017年经营及市场销售分析	107
三、国际化发展战略	107
第六节 哈瓦斯集团	108
一、公司基本情况	108
二、2014-2017年经营及市场销售分析	110
三、国际化发展战略	111
第四章 2014-2017年中国广告行业运行分析	113
第一节 2014-2017年中国广告行业环境分析	113
一、2014-2017年中国宏观经济环境分析	113
二、2014-2017年中国广告行业法律环境分析	116
三、2014-2017年中国广告行业社会环境分析	129
第二节 2014-2017年中国广告行业发展形势及存在问题	130
一、2017年中国广告行业市场规模	130
二、2014-2017年中国广告市场发展概述	134
三、2014-2017年中国广告市场存在问题分析	139
第三节 2014-2017年中国广告市场发展对策分析	142
一、中国广告行业要实行集团化发展	142
二、中国广告教育需要新思维	143
三、中国广告业要把握市场方向	144
第二部分 行业市场细分	
第五章 2014-2017年电视广告行业市场分析	146
第一节 2014-2017年中国电视媒体发展状况分析	146
一、电视媒体在众多媒体中的地位	146
二、电视媒体的核心竞争力分析	146

- 三、电视广告面临的问题分析 152
- 第二节 2014-2017年中国电视广告行业格局解析 153
 - 一、中国电视广告行业发展格局分析 154
 - 二、央视积极应对挑战，巩固竞争优势 158
 - 三、省级卫视实力分化，特色定位突围 159
 - 四、地市级电视台立足本地，寻求突破 160
- 第三节 2014-2017年中国电视广告行业发展方向分析 161
 - 一、加强政府监管 161
 - 二、提升电视广告核心竞争力 165
- 第六章 2014-2017年广播广告行业市场分析 171
- 第一节 2014-2017年中国广播广告发展概述 171
 - 一、新语境下的广播广告 171
 - 二、广播的独特广告价值优势 173
 - 三、中国广播广告市场价值期待深挖 177
- 第二节 2014-2017年中国广播行业发展现状分析 178
 - 一、中国广播行业现状分析 178
 - 二、广播广告行业多元化的格局 181
 - 三、广播产业化存在的问题 184
- 第三节 2014-2017年中国广播广告行业发展方向分析 186
 - 一、中国广播广告业经营策略 186
 - 二、中国广播广告业发展方向 188
- 第七章 2014-2017年报纸广告行业市场分析 191
- 第一节 2014-2017年中国报纸广告发展概述 191
 - 一、中国近代报纸广告发展简析 191
 - 二、报纸广告优势分析 198
 - 三、报纸仍然是刊登广告的最佳媒体 201
- 第二节 2014-2017年中国报纸广告发展现状分析 203
 - 一、2014国内报业广告现状 203
 - 二、报纸广告存在的问题 205
- 第三节 2014-2017年中国报纸广告行业发展方向分析 206
 - 一、报纸广告的市场化运作策略探析 206
 - 二、报纸广告发展方向及前景 209
- 第八章 2014-2017年期刊杂志广告行业市场分析 211
- 第一节 2014-2017年中国期刊杂志发展概述 211
 - 一、期刊杂志广告经营十大形态 211

二、期刊杂志广告优势分析	213
第二节 2014-2017年中国期刊杂志广告发展现状分析	214
一、我国期刊业发展现状分析	214
二、我国期刊业的发展趋势	216
三、我国期刊业存在的主要问题分析	217
第三节 2014-2017年中国期刊杂志广告行业发展方向分析	221
一、期刊广告运作策略分析	221
二、期刊杂志行业发展方向	222
三、期刊杂志行业广告前景广阔	225
第九章 2014-2017年其它形式广告行业市场分析	227
第一节 2014-2017年户外广告市场分析	227
一、户外广告的投放特点	227
二、2017年中国户外广告发展状况	229
三、户外广告行业存在的问题	232
四、中国户外广告发展方向	235
第二节 2014-2017年网络广告行业市场分析	239
一、网络广告发展优势	239
二、2017年我国网络广告发展状况	240
三、我国网络广告存在的问题	244
四、我国网络广告发展方向	245
第三节 2014-2017年中国手机广告市场综合分析	248
一、2017年我国手机广告发展状况分析	248
二、手机广告市场存在问题	249
三、手机广告发展趋势	249
四、手机广告发展方向	251
第四节 2014-2017年中国移动广告业务发展分析	252
一、移动广告业务特点分析	252
二、移动广告业务的商业模式	254
三、移动广告发展现状	257
四、移动广告业务的发展策略	258
第三部分 行业竞争分析	
第十章 2014-2017年中国广告业市场竞争格局分析	261
第一节 2014-2017年中国媒体广告经营分析	261
一、2014-2017年广告市场发展形势	261
二、强势媒体与地方媒体的竞争与分工	265

三、网络媒体与传统媒体的合作与发展	268
第二节 2014-2017年中国各媒体广告市场竞争及对策分析	270
一、中国电视广告市场竞争状况透析	270
二、报纸广告实施整合经营竞争策略	275
三、提高中国期刊竞争力的思考	278
四、网络广告上演竞争大战	284
五、提升广告市场竞争力的策略	285
第十一章 2014-2017年中国重点广告公司财务指标分析	291
第一节 中视传媒股份有限公司	291
一、公司简介	291
二、公司主营业务	292
三、2014-2017年财务分析	294
四、公司经营状况	297
第二节 广东省广告股份有限公司	297
一、公司简介	297
二、公司运作模式与理念	300
三、2014-2017年财务分析	301
四、公司经营状况	304
第三节 北京巴士传媒股份有限公司	305
一、公司简介	305
二、公司业务及范围	306
三、2014-2017年财务分析	307
四、公司经营状况	309
第四节 湖南电广传媒股份有限公司	310
一、公司简介	310
二、公司经营范围及发展战略	310
三、2014-2017年财务分析	312
四、公司经营状况	315
第五节 广东九州阳光传媒股份有限公司	315
一、公司简介	315
二、公司业务及范围	316
三、2014-2017年财务分析	317
四、公司经营状况	320
第六节 陕西广电网络传媒股份有限公司	321
一、公司简介	321

- 二、公司发展状况 321
- 三、2014-2017年财务分析 323
- 四、公司经营状况 326
- 第七节 成都博瑞传播股份有限公司 326
 - 一、公司简介 326
 - 二、公司发展历程 327
 - 三、2014-2017年财务分析 329
 - 四、公司经营状况 332
- 第八节 上海新华传媒股份有限公司 333
 - 一、公司简介 333
 - 二、公司业务及范围 335
 - 三、2014-2017年财务分析 336
 - 四、公司经营状况 339
- 第九节 北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司 340
 - 一、公司简介 340
 - 二、公司业务及核心价值观 341
 - 三、2014-2017年财务分析 342
 - 四、公司经营状况 346
- 第十节 北京华谊嘉信整合营销顾问股份有限公司 347
 - 一、公司简介 347
 - 二、公司经营理念及优势 347
 - 三、2014-2017年财务分析 350
 - 四、公司经营状况 354
- 第四部分 行业趋势及投资分析
- 第十二章 2018-2024年中国广告行业发展趋势与前景分析 355
 - 第一节 2018-2024年中国广告业发展方向分析 355
 - 一、中国广告业中长期发展规划 355
 - 二、中国广告业发展新动向 356
 - 三、中国广告业发展趋势 358
 - 第二节 2018-2024年中国广告业市场前景分析 360
 - 一、2017年中国广告市场规模超过日本 360
 - 二、中国广告行业未来发展空间巨大 360
- 第十三章 2018-2024年中国广告行业投资分析 363 (ZY GXH)
 - 第一节 2018-2024年中国广告业投资风险分析 363
 - 一、媒体资源 363

二、资金 363

三、客户资源 364

四、专业人员 364

第二节 2018-2024年中国广告行业投资机会分析 364

一、视频广告借欧洲杯涨价 364

二、液晶广告机行业将全面爆发 366

三、移动广告行业市场巨大 367

四、移动电视媒体广告价值得到肯定 368

五、户外广告行业向中小城市发展 369 (ZY GXH)

图表目录：

图表：2014-2017年美国网络广告细分市场规模比较 69

图表：2014-2017年美国互联网广告收入中各行业贡献占比情况 70

图表：2017年俄罗斯各类广告住处同比增长率 74

图表：2017年中国六大广告行业花费所占比例 131

图表：2017年中国广告花费前五行业 132

图表：2017年中国广告花费前十品牌 133

图表：2017年户外广告投放前十品牌 230

图表：2014-2017年互联网广告市场规模及预测 240

图表：2014-2017年中国搜索引擎市场营收份额 241

图表：2014-2017年中国搜索引擎市场规模及趋势 242

图表：2017年网络广告市场媒体营收规模排名 243

图表：2014-2017年中国网络广告市场核心媒体广告收入结构 243

图表：2002年-2017年中国五大媒体广告收入规模 261

图表：2017年整体市场广告投放额及同比增长率 262

图表：2017年整体市场各行业投放额及同比增长率 262

图表：2017年电视媒体广告投放额及同比增长率 263

图表：2017年电视媒体各行业投放额及同比增长率 264

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201711/580011.html>