

# 2018-2024年中国广告行业市场竞争格局及未来发展趋势报告

报告大纲

智研咨询

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

## 一、报告简介

智研咨询发布的《2018-2024年中国广告行业市场竞争格局及未来发展趋势报告》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/201804/633437.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

广告,顾名思义,就是广而告之,即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。广义广告是指不以营利为目的的广告,如政府公告,政党、宗教、教育、文化、市政、社会团体等方面的启事、声明等。狭义广告是指以营利为目的的广告,通常指的是商业广告,或称经济广告,它是工商企业为推销商品或提供服务,以付费方式,通过广告媒体向消费者或用户传播商品或服务信息的手段。商品广告就是这样的经济广告。

2014-2016年中国广告市场结构分析

2016年全媒体广告同比继续下滑

智研咨询发布的《2018-2024年中国广告行业市场竞争格局及未来发展趋势报告》共六章。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1章:中国广告发展概述

1.1.1 广告的定义

1.1.2 中国广告行业市场规模

1.1.3 2017年各细分广告收入规模变化情况

1.1.4 2011-2017年传统广告花费变化情况

1.1.5 广告花费TOP20企业

1.1.6 广告花费TOP20品牌

1.1.7 中国广告业的挑战与机遇

(1) 广告行业发展的挑战

(2) 广告行业发展的机遇

1.2 广告行业发展环境分析

1.2.1 政策环境分析

(1) 行业监管部门

(2) 行业相关法律

(3) 行业相关标准

1.2.2 经济环境分析

- (1) 国内经济运行情况分析
- (2) 2016-2017年国内宏观经济走势预测
- (3) 经济环境对广告业影响分析
- 1.3 中国广告行业发展趋势和前景分析
  - 1.3.1 广告行业发展趋势分析
  - 1.3.2 2018-2024年广告行业发展前景预测
- 第2章：中国各细分广告市场发展情况及投放策略
  - 2.1 电视媒体广告市场发展情况及投放策略
    - 2.1.1 2017年电视广告收入及品牌变化情况
    - 2.1.2 2017年电视广告各频道组广告投放情况
    - 2.1.3 2017年央视各频道收视和广告投放情况
    - 2.1.4 2017年卫视频道新格局变化情况
    - 2.1.5 2017年各卫视收视和经营表现情况
    - 2.1.6 2017年各主要城市收视情况
    - 2.1.7 2017年电视广告行业投放排名
    - 2.1.8 2017年电视广告花费TOP10品牌
    - 2.1.9 电视广告发展趋势与发展策略
  - 2.2 报纸广告市场发展情况及投放策略
    - 2.2.1 2017年报纸广告收入变化情况
    - 2.2.2 2017年报纸广告面积变化情况
    - 2.2.3 2017年报纸广告花费TOP5行业
    - 2.2.4 2017年报纸广告花费TOP10品牌
    - 2.2.5 报纸广告发展趋势与发展策略
  - 2.3 杂志广告市场发展情况及投放策略
    - 2.3.1 2017年杂志广告收入变化情况
    - 2.3.2 2017年杂志广告面积变化情况
    - 2.3.3 2017年杂志广告花费TOP5行业
    - 2.3.4 2017年杂志广告花费TOP10品牌
    - 2.3.5 杂志广告发展趋势与发展策略
  - 2.4 电台媒体广告市场发展情况及投放策略
    - 2.4.1 2017年电台媒体广告收入变化情况
    - 2.4.2 2017年电台媒体广告时长变化情况
    - 2.4.3 2017年不同类型电台频率花费份额变化
    - 2.4.4 2017年电台广告花费份额大于2%的品类
    - 2.4.5 2017年电台广告花费TOP5行业

#### 2.4.6 2017年电台广告花费TOP10品牌

#### 2.4.7 电台广告发展趋势与发展策略

### 2.5 户外广告市场发展情况及投放策略

#### 2.5.1 2017年户外广告收入变化情况

#### 2.5.2 2017年户外广告面积变化情况

#### 2.5.3 2017年户外广告花费TOP5行业

#### 2.5.4 2017年户外广告花费TOP10品牌

#### 2.5.5 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

#### 2.5.6 户外广告发展趋势与发展策略

### 2.6 新媒体广告市场发展情况及投放策略

#### 2.6.1 2017年商务楼宇视频广告发展情况

(1) 2017年商务楼宇视频广告收入规模

(2) 2017年商务楼宇视频广告花费TOP5行业

(3) 2017年商务楼宇视频广告花费TOP10品牌

#### 2.6.2 2017年影院视频广告发展情况

(1) 2017年影院视频广告收入规模

(2) 2017年影院视频广告花费TOP5行业

(3) 2017年影院视频广告花费TOP10品牌

#### 2.6.3 2017年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

#### 2.6.4 2017年互联网广告发展情况

#### 2012-2018年中国互联网广告及移动广告市场规模增长率

(1) 2017年互联网广告收入规模

(2) 2017年互联网广告花费TOP5行业

#### 2.6.5 新媒体广告发展趋势

### 第3章：广告主广告投放分析3.1 广告主广告投放规模分析

#### 3.1.1 广告投放行业广告花费分析

(1) 广告投放行业广告花费排行榜

(2) 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
- (3) 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
- (4) 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
- (5) 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
- (6) 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
- (7) 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) 食品饮料各细分市场广告投放
  - 4) 食品饮料广告投放媒体
  - 5) 食品饮料广告投放前景
- (8) 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

### (9) 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

### (10) 服饰广告投放分析

1) 服饰广告投放费用

2) 服饰广告投放企业

3) 服饰广告投放媒体

4) 服饰广告投放前景

### 3.1.2 广告投放品牌投放额分析

### 3.2 广告主广告市场投放

3.2.1 广告主的信心指数

3.2.2 广告主的媒体预算

3.2.3 广告主的预算分配

3.2.4 广告主对于广告植入的看法

## 第4章：广告行业领先企业经营分析4.1 广告雇主最新排名情况分析

### 4.2 广告行业领先企业经营分析

#### 4.2.1 分众传媒信息技术股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 主要经济指标分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业偿债能力分析

(6) 企业发展能力分析

#### 4.2.2 广东省广告集团股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 主要经济指标分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业偿债能力分析

(6) 企业发展能力分析

#### 4.2.3 大贺传媒股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 主要经济指标分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业偿债能力分析

(6) 企业发展能力分析

#### 4.2.4 中视金桥国际传媒集团有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 主要经济指标分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业偿债能力分析

(6) 企业发展能力分析

#### 4.2.5 海南白马广告媒体投资有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 主要经济指标分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业偿债能力分析

(6) 企业发展能力分析

#### 4.2.6 上海龙韵广告传播股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 主要经济指标分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业偿债能力分析

(6) 企业发展能力分析

#### 4.2.7 引力传媒股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 主要经济指标分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业偿债能力分析

(6) 企业发展能力分析

#### 4.2.8 四川新天杰文化传媒股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 主要经济指标分析



- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- 4.2.9 思美传媒股份有限公司经营情况分析
  - (1) 企业发展简况分析
  - (2) 主要经济指标分析
  - (3) 企业盈利能力分析
  - (4) 企业运营能力分析
  - (5) 企业偿债能力分析
  - (6) 企业发展能力分析
- 4.2.10 昌荣传播集团经营情况分析
  - (1) 企业发展简况分析
  - (2) 主要经济指标分析
  - (3) 企业盈利能力分析
  - (4) 企业运营能力分析
  - (5) 企业偿债能力分析
  - (6) 企业发展能力分析
- 4.3 广告行业领先企业战略总结
  - 4.3.1 企业广告业务客户情况总结
  - 4.3.2 企业发展战略总结分析
  - 4.3.3 企业战略调整方向分析
  - 4.3.4 2018-2024年企业战略规划分析
    - (1) 数字战略规划
    - (2) 移动战略规划
    - (3) 大屏战略规划
    - (4) 跨屏战略规划
- 第5章：传统广告企业如何转型与优秀案例解读
  - 5.1 传统广告媒体PK互联网广告媒体
  - 5.2 传统广告媒体如何转型
    - 5.2.1 路径一解决接触点
    - 5.2.2 路径二降低成本
    - 5.2.3 路径三抢占移动端
  - 5.3 优秀案例桌联网剖析
    - 5.3.1 桌联网背景介绍
    - 5.3.2 桌联网商业模式分析

### 5.3.3 桌联网快速发展原因剖析

## 第6章：广告行业投资分析与建议6.1 广告行业投资分析（ZY GXH）

### 6.1.1 广告行业进入壁垒分析

（1）资金壁垒

（2）人才壁垒

（3）品牌壁垒

### 6.1.2 广告行业经营模式分析

### 6.1.3 广告行业投资风险分析

（1）行业政策风险

（2）行业人才风险

（3）行业市场风险

### 6.2 广告行业投资机遇分析

#### 6.2.1 广告行业融合发展投资机遇

#### 6.2.2 推进广告产业融合发展

#### 6.2.3 移动广告投资机遇

### 6.3 广告行业投资建议

#### 6.3.1 广告行业投资机会

#### 6.3.2 广告行业投资建议

（1）投资方式建议

（2）投资方向建议（ZY GXH）

图表目录：

图表1：2011-2017年中国广告市场规模及增长率（单位：亿元，%）

图表2：2017年各细分广告媒介收入变化情况（单位：%）

图表3：2011-2017年传统广告花费变化情况（单位：%）

图表4：2017年传统广告花费TOP20企业（单位：%）

图表5：2017年传统广告花费TOP19品牌（单位：%）

图表6：中国广告行业自律组织

图表7：广告行业政策动态

图表8：广告行业相关标准准则一览

图表9：2006-2017年中国国内生产总值（单位：亿元，%）

图表10：2016-2017年我国主要宏观经济指标增长率预测（单位：%）

图表11：行业按对经济周期的反应分类

图表12：2011-2017年我国广告业市场规模增长速度与GDP增长率对比图（单位：%）

图表13：2017各细分广告媒介对市场增长的贡献（单位：%）

图表14：中国广告技术公司海外并购部分案例

图表15：2018-2024年广告业市场规模及增长率预测（单位：亿元）

图表16：2011-2017年电视广告收入对比分析（单位：%）

图表17：2011-2017年晚间刊例投放量超过1000万的品牌个数（单位：个）

图表18：2015-2017年电视广告分频道组投放情况（万元，%）

图表19：2017年央视各频道收视情况（单位：%）

图表20：2015-2017年央视各频道广告投放情况（单位：万元，%）

图表21：2015-2017年卫视频道新格局变化情况（单位：%）

图表22：2017年各卫视收视表现情况（单位：%）

图表23：2017年各卫视晚间时段满档率（单位：%）

图表24：2017年各主要城市收视情况（单位：%）

图表25：2017年电视广告行业投放排名（单位：万元，%）

图表26：2017年电视广告花费TOP10品牌（单位：%）

图表27：2015-2017年报纸广告收入变化（单位：%）

图表28：2015-2017年报纸广告面积对比分析（单位：%）

图表29：2015-2017年我国报纸广告花费TOP5行业变化情况（单位：%）

图表30：2017年报纸广告花费TOP10品牌（单位：%）

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201804/633437.html>