

# 2017-2022年中国包装广告市场研究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《2017-2022年中国包装广告市场研究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/201703/499761.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

商品的包装是企业宣传产品、推销产品的重要策略之一。精明的厂商在包装上印上简单的产品介绍，就成了包装广告。利用包装商品的纸、盒、罐子，介绍商品的内容，具有亲切感，它随着商品深入到消费者的家庭，而且广告费用可以计入包装费用之中，对企业来说，既方便又省钱。近几年，许多厂商干脆在商品的外包装（如塑料提袋等）上加印自己生产或经营的主要商品，从而扩大了包装广告的作用。这种广告形式主客两宜，获得了普遍欢迎。

智研咨询发布的《2017-2022年中国包装广告市场研究及投资战略咨询报告》共十六章。首先介绍了包装广告行业市场发展环境、包装广告整体运行态势等，接着分析了包装广告行业市场运行的现状，然后介绍了包装广告市场竞争格局。随后，报告对包装广告做了重点企业经营状况分析，最后分析了包装广告行业发展趋势与投资预测。您若想对包装广告产业有个系统的了解或者想投资包装广告行业，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 包装广告行业发展概述

#### 第一节 广告简介

- 一、广告的概念
- 二、广告的本质特点和要素
- 三、广告的分类和主要形式
- 四、广告媒体简介

#### 第二节 包装广告

- 一、包装广告的概念
- 二、包装广告的划分
- 三、包装广告的主要功能
- 四、包装广告媒体
- 五、包装广告的特征

### 第二章 国外广告行业发展分析

#### 第一节 世界广告行业发展概况

- 一、2014-2016年全球广告经营状况
- 二、2014-2016年世界广告业排名状况分析
- 三、2014-2016年世界广告业发展状况

#### 第二节 2014-2016年世界广告业发展状况分析

- 一、2014-2016年世界广告业发展规模分析
- 二、2014-2016年世界广告业发展特点分析
- 三、2014-2016年世界广告发展存在的问题
- 四、2014-2016年世界广告企业竞争分析
- 第三节 全球广告市场分析
  - 一、全球广告市场格局分析
  - 二、2014-2016年戛纳广告节的开展情况
  - 三、2014-2016年全球广告支出情况分析
  - 四、2014-2016年全球包装广告开支额
  - 五、2014-2016年欧债危机对广告行业的冲击
  - 六、2017-2022年中国对全球广告市场的贡献
- 第四节 2017-2022年世界广告业发展趋势分析
  - 一、世界广告发展新趋势变化
  - 二、包装广告发展前景分析
  - 三、2017年全球广告支出增长预测
  - 四、2014-2016年全球广告预算情况
  - 五、2017-2022年广告行业发展前景
- 第三章 世界包装广告业发展分析
  - 第一节 2014-2016年世界包装广告业发展分析
    - 一、2014-2016年美国包装广告业发展分析
    - 二、2014-2016年日本包装广告业发展分析
    - 三、2014-2016年俄罗斯包装广告业发展分析
  - 第二节 2014-2016年世界包装广告市场需求分析
    - 一、2014-2016年世界包装广告市场需求量分析
    - 二、2014-2016年世界包装广告策划分析
    - 三、2014-2016年国外企业进军中国市场情况
    - 四、2014-2016年世界包装广告业竞争分析
  - 第三节 2017-2022年世界包装广告市场发展趋势分析
- 第四章 我国广告行业发展现状
  - 第一节 中国广告行业综合状况分析
    - 一、中国本土广告业发展现状
    - 二、中国广告产业在外资重压下发展
    - 三、中国本土广告公司的swot分析
    - 四、国家政策促进广告业发展
  - 第二节 我国广告市场发展分析

- 一、2014-2016年中国广告发展现状
- 二、2014-2016年内地广告市场规模分析
- 三、2014-2016年中国广告市场价值分析
- 四、2016年中国广告市场的投放额
- 五、2016年广告行业人才供求情况
- 六、2017年广告市场面临的挑战
- 第三节 我国广告市场规范情况
  - 一、2016年中国查处广告行业案件情况
  - 二、2016年广告业存在的主要问题探讨
  - 三、2016年中国广告行业新的自律规则
  - 四、2016年广告行业结盟维护创意版权
- 第五章 我国包装广告行业发展分析
  - 第一节 中国包装广告行业概况
    - 一、中国包装广告发展历程
    - 二、中国包装广告的产品类别
    - 三、中国的包装广告产业的整合分析
    - 四、跨行业合作形势下包装广告的优势
  - 第二节 中国包装广告市场发展现状
    - 一、包装广告的投放特点
    - 二、包装广告对用户消费的影响
    - 三、包装广告发展形式分析
    - 四、包装广告规范情况分析
  - 第三节 包装广告市场空间分析
    - 一、2016年中国包装广告市场规模
    - 二、2016年酒类包装广告市场规模
    - 三、2017年包装广告市场规模预测
  - 第四节 中国包装广告的相关政策分析
    - 一、法律因素在包装广告发展中的作用
    - 二、包装广告在高速发展中趋于健全规范
    - 三、包装广告规范与发展的法律策略分析
- 第六章 中国包装广告受众及投放分析
  - 第一节 包装广告的投放原因及特点
    - 一、投放包装广告的原因
    - 二、包装广告在广告媒体中的地位
    - 三、包装广告接受度情况分析

## 四、制约包装广告发展的瓶颈

### 第二节 包装广告受众分析

#### 一、受众接触包装广告的黄金时间

#### 二、受众最感兴趣的广告形式

#### 三、受众最感兴趣的广告内容

### 第三节 影响包装广告投放的要素分析

#### 一、影响包装广告投放宏观因素分析

#### 二、吸引受众的最重要的要素

#### 三、消费热点决定记忆程度

## 第七章 包装广告效果影响因素分析

### 第一节 包装广告投放效果的影响因素

#### 一、广告环境

#### 二、广告创意

#### 三、广告投放时机

### 第二节 体现广告价值的重要指标

#### 一、发行量

#### 二、到达率

#### 三、目标受众特征

#### 四、目标受众消费形态和生活形态

#### 五、目标受众交叉重叠和千人成本

### 第三节 包装广告的投放

#### 一、确定战略目标

#### 二、选择户外媒体的因素

#### 三、准确定位目标市场

#### 四、确定理想发布数量

#### 五、预测发布效果

#### 六、监测投放效果

### 第四节 包装广告的配合策略

#### 一、广告目的的配合

#### 二、广告策略的配合

#### 三、广告排期的配合

#### 四、广告位置的配合

### 第五节 广告主媒体投放新趋势分析

#### 一、经济形势好转带动投放热情

#### 二、媒体选择更加注重投放效益

- 三、营销传播手段向终端和---倾斜
- 四、媒体组合策略强调精准化
- 五、行业广告投放与消费格局紧密联动
- 六、生活必需品行业投放平稳上升
- 七、高生活品质行业投放在低段位小幅爬升
- 八、广告投放更需敏锐且理性

## 第八章 中国包装广告市场竞争分析

### 第一节 2016年中国各种广告形式市场竞争综合分析

- 一、2016年包装广告与传统广告行业竞争分析
- 二、2016年新媒体对包装广告的压力
- 三、2016年中国广告业界软硬广告竞争分析

### 第二节 2016年中国包装广告业竞争状况分析

- 一、2016年中国包装广告品牌竞争分析
- 二、2016年中国包装广告价格竞争分析
- 三、2016年中国包装广告竞争战略分析

## 第九章 包装广告企业竞争策略分析

### 第一节 包装广告市场竞争策略分析

- 一、2016年包装广告市场增长潜力分析
- 二、2016年包装广告主要潜力品种分析
- 三、现有包装广告产品竞争策略分析
- 四、潜力包装广告品种竞争策略选择
- 五、典型企业产品竞争策略分析

### 第二节 包装广告企业竞争策略分析

- 一、欧债危机对包装广告行业竞争格局的影响
- 二、欧债危机后包装广告行业竞争格局的变化
- 三、2017-2022年我国包装广告市场竞争趋势
- 四、2017-2022年包装广告行业竞争格局展望
- 五、2017-2022年包装广告行业竞争策略分析
- 六、2017-2022年包装广告企业竞争策略分析

## 第十章 包装广告重点企业竞争分析

### 第一节 北京共升传媒广告有限责任公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2014-2016年经营状况
- 四、2017-2022年发展战略

## 第二节 北京兴远时代广告设计公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2014-2016年经营状况
- 四、2017-2022年发展战略

## 第三节 武汉至和彩印包装广告有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2014-2016年经营状况
- 四、2017-2022年发展战略

## 第四节 上海三人行包装策划有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2014-2016年经营状况
- 四、2017-2022年发展战略

## 第五节 ego意格品牌策划

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2014-2016年经营状况
- 四、2017-2022年发展战略

## 第六节 天津市广告公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2014-2016年经营状况
- 四、2017-2022年发展战略

## 第七节 北京正邦品牌设计公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2014-2016年经营状况
- 四、2017-2022年发展战略

## 第八节 深圳朗图企业形象设计有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2014-2016年经营状况
- 四、2017-2022年发展战略



## 第九节 北京早晨设计顾问有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2014-2016年经营状况
- 四、2017-2022年发展战略

## 第十节 深圳韩家英设计公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2014-2016年经营状况
- 四、2017-2022年发展战略

## 第十一章 包装广告行业发展趋势分析

### 第一节 中国广告行业发展趋势分析

- 一、中国广告业发展新动向
- 二、2016年中国广告市场趋势解析
- 三、2017-2022年中国广告行业发展前景
- 四、2016年中国对全球广告市场的推动
- 五、2016年中国广告市场发展与新媒体趋势

### 第二节 中国包装广告市场趋势前景分析

## 第十二章 未来包装广告行业发展预测

### 第一节 2017-2022年国际包装广告市场预测

- 一、2017-2022年全球包装广告行业供给预测
- 二、2017-2022年全球包装广告市场需求前景
- 三、2017-2022年全球包装广告市场价格预测

### 第二节 2017-2022年国内包装广告市场预测

- 一、2017-2022年国内包装广告行业供给预测
- 二、2017-2022年国内包装广告行业规模预测
- 三、2017-2022年国内包装广告市场需求前景
- 四、2017-2022年国内包装广告市场价格预测
- 五、2017-2022年国内包装广告行业集中度预测

## 第十三章 包装广告行业投资现状分析

### 第一节 2014-2016年包装广告行业投资情况分析

- 一、2014-2016年总体投资及结构
- 二、2014-2016年投资规模情况
- 三、2014-2016年投资增速情况
- 四、2014-2016年分行业投资分析

## 五、2014-2016年分地区投资分析

## 六、2014-2016年外商投资情况

# 第十四章 包装广告行业投资环境分析

## 第一节 经济发展环境分析

### 一、2014-2016年我国宏观经济运行情况

### 二、2017-2022年我国宏观经济形势分析

### 三、2017-2022年投资趋势及其影响预测

## 第二节 政策法规环境分析

### 一、2016年包装广告行业政策环境

### 二、2016年国内宏观政策对其影响

### 三、2016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、2016年社会环境发展分析

### 三、2017-2022年社会环境对行业的影响分析

# 第十五章 包装广告行业投资机会与风险

## 第一节 包装广告行业投资效益分析

### 一、2014-2016年包装广告行业投资状况分析

### 二、2014-2016年包装广告行业投资效益分析

### 三、2017-2022年包装广告行业投资趋势预测

### 四、2017-2022年包装广告行业的投资方向

### 五、投资建议

### 六、新进入者应注意的障碍因素分析

## 第二节 影响包装广告行业发展的主要因素

### 一、2017-2022年影响包装广告行业运行的有利因素分析

### 二、2017-2022年影响包装广告行业运行的稳定因素分析

### 三、2017-2022年影响包装广告行业运行的不利因素分析

### 四、2017-2022年我国包装广告行业发展面临的挑战分析

### 五、2017-2022年我国包装广告行业发展面临的机遇分析

## 第三节 包装广告行业投资风险及控制策略分析

### 一、2017-2022年包装广告行业市场风险及控制策略

### 二、2017-2022年包装广告行业政策风险及控制策略

### 三、2017-2022年包装广告行业经营风险及控制策略

### 四、2017-2022年包装广告行业技术风险及控制策略

五、2017-2022年包装广告同业竞争风险及控制策略

六、2017-2022年包装广告行业其他风险及控制策略

## 第十六章 包装广告行业投资战略研究（ZY LII）

### 第一节 包装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 对我国包装广告品牌的战略思考

一、企业品牌的重要性

二、包装广告实施品牌战略的意义

三、包装广告企业品牌的现状分析

四、我国包装广告企业的品牌战略

五、包装广告品牌战略管理的策略

### 第三节 包装广告行业投资战略研究

一、2016年广告行业投资战略

二、2016年我国包装广告行业投资战略

三、2017-2022年包装广告行业投资战略

四、2017-2022年细分行业投资战略（ZY LII）

### 图表目录：

图表：2016年全球四大广告集团市场份额

图表：全球主流媒体广告支出预测（报纸、杂志、电视、广播、电影、户外、互联网）

图表：2014-2016年间全球10大广告支出国的市场份额增长速度

图表：2016年美国各类包装广告收入比例

图表：中国历年主要行业包装广告支出

图表：2016年全球广告公司收入排名

图表：包装广告演变过程

图表：2016年主流品牌关注比例波动幅度对比

图表：2016年全球四大广告集团市场份额

图表：中国历年主要行业包装广告支出

图表：2016年全球广告公司收入排名

- 图表：2014-2016年美国广告市场规模增长趋势图
- 图表：2017-2022年美国包装广告市场规模及预测
- 图表：2014-2016年日本主要媒体广告市场规模
- 图表：2014-2016年日本主要媒体广告市场规模变动情况
- 图表：2014-2016年日本包装广告市场规模及预测
- 图表：包装广告管理中存在的问题比重分析
- 图表：2016年包装广告花费top10品牌
- 图表：北京各种广告形式营业额比重
- 图表：2014-2016年华视传媒集团有限公司广告营业额情况
- 图表：2013-2016年全球各地区广告经营额
- 图表：2014-2016年全球广告市场规模及增速
- 图表：2016年中国广告媒体结构
- 图表：中国本土广告公司的swot分析
- 图表：2014-2016年各类型被访媒体实际广告收入增幅变化情况
- 图表：中国广告业演变的三个阶段的主要特征
- 图表：中国广告业结构关系
- 图表：中国广告业活动过程
- 图表：广告在品牌传播中对消费者的影响作用
- 图表：2016年美国广告主及广告代理投放包装广告的主要原因
- 图表：2014-2016年美国包装广告及广告市场规模
- 图表：2016年主要行业人才需求占总需求比例图
- 图表：2016年中国大陆主要包装广告经营额及增长
- 图表：2016年各类包装广告经营额同比增长率
- 图表：2016年各类杂志广告经营额同比增长率
- 图表：2016年中国报刊主要行业广告经营额同比增长
- 图表：2014-2016年全国报刊广告刊登额及增长率
- 图表：2016年报纸杂志广告总量同比变化
- 图表：2016年主要报刊、杂志广告份额
- 图表：2016年主要类别报刊广告份额
- 图表：2016年重点行业广告活跃度
- 图表：2014-2016年中国地铁移动电视市场规模
- 图表：包装广告与其他广告的优劣势比较
- 图表：受众接触广播与电视的时间习惯比较
- 图表：中国广播媒体的现状
- 图表：2014-2016年中国包装广告收入增长情况

图表：2016年度中国交通广播广告创收排名表(71家会员单位)

图表：2014-2016年同期包装广告市场状况比较

图表：2014-2016年同期包装广告价值估算

图表：2016年各月top100广告主市场价值估算

图表：2016年各月top100户外媒体市场价值估算

图表：2016年top10广告行业类型

图表：2016年广告价值估算top10广告主推广项目数和创意数

图表：2016年奥运会三个级别广告主户外投放状况

图表：2016年中国品牌包装广告投放费用及增长率

图表：2016年主要网站品牌广告投放费用

图表：2016年中国包装广告主要厂商市场份额

图表：2016年奥运会赞助商包装广告投放费用比例

图表：2012-2016年奥运赞助商包装广告投放费用分布

图表：2014-2016年房地产行业包装广告投放情况

图表：2014-2016年汽车行业包装广告投放情况

图表：2014-2016年韩国包装广告的发展

图表：2016年我国移动广告不同类型收入比例

图表：用户对被动接受移动广告的态度

图表：2016年和2014年全球移动广告收入构成比较

图表：2017-2022年全球移动广告收入发展预测

图表：搜索广告市场竞争

略.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201703/499761.html>