

## 2024-2029年中国广告行业全景调研与发展战略研究咨询报告

## 报告简介

## 产业现状

目前，我国广告业存在着相当混乱的行业结构，为数不多的有较强实力和较高素质的专业广告公司，同数量庞大的各种夫妻店、磨坊式加工店共存。由于广告行业比较其它行业来说，具有投入少，风险低，业务市场大的特点。因此，许多投资者纷纷跨入这个行业，以求分一杯羹。事实上，很多广告公司在创业初期阶段，只要有固定的客户，都能够维持公司的运作，也能够保持一定的利润。但是，光有固定的客户群体显然是不够的，而且还可能面临客户流失的问题。如何拓展公司业务，如何提高员工士气，如何培养留住人才，如何做大做强，赚取更大的利润，却成了很多广告公司自身无法突破的瓶颈。

## 格局分析

新媒体的出现使得广告行业竞争更加激烈，以往的服务模式已不能满足广告主需求，广告对消费者的吸引力亟须增强。因此，广告服务不能仅限于传统业务，还需整合媒体、公关、行销等多种渠道，而微博、微信广告凭借其覆盖密集的移动端、大规模的用户、超强的传播能力获得广告主的青睐，其优越性也将改写广告行业竞争格局。社交广告的传播性强，广告可以通过用户在朋友圈或者微博中转发而得到快速传播。企业还可以通过用户广告浏览、转发、搜索等操作获取用户对各类型广告的偏好信息，最终实现广告的精准投放。同时，移动网络升级与无线WiFi覆盖提升了移动端广告传播速度。微博、微信等社交平台主要在移动端运行，移动端覆盖面与运行速度影响着用户体验与信息传播效率。

## 前景预测

十四五时期，广告业面临创新发展的重大战略机遇。我国市场经济体制完善，国民经济保持平稳增长，居民收入水平提升，国家综合实力增强为广告业发展打下坚实的经济和社会基础。国家经济结构战略性调整，经济发展步入新常态，消费需求持续增长以及供给侧结构性改革增强了广告业发展内在动力。国家推动实施一系列重大发展战略，为广告业发展提供更广阔空间。新技术革命推动新媒体和新的信息传播渠道的快速发展，极大地开拓了广告服务领域，提供和实现了对广告服务的多种需求。经济全球化和国家实施一带一路发展战略，广告业的国际化发展机遇增多。加强广告法制建设为建立广告市场竞争秩序、促进广告业健康发展提供了重要保障。

## 面临的问题

广告行业虽然竞争激烈，但同时又拥有巨大的市场潜力，到处都充满商机，中国已成为全球广告行业增长最快的市场之一，经历了萌芽期和高速发展期两个阶段的我国广告业，目前已经进入平稳发展期。在稳步发展的同时，中国的广告行业正面临着巨大的挑战和机遇，一方面，外资广告公司正试图进入中国市场，另一方面，由于金融危机的影响，对我国外向型企业影响巨大，很多企业已经开始转做内销，而做内销就要重新建立品牌，因此，对广告公司的需求，尤其是以CI品牌建设为主的广告公司需求巨大，这种种形式必将促使我国广告行业迅速做大做强，以面对挑战和难得的机遇。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息技术有限公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了

国家统计局、国家新闻出版广播电影电视总局、国家文化部、国家发改委、国务院发展研究中心、国际广告协会、中国广告协会、世界华文广告协会、51行业报告网、全国及海外多种相关报刊杂志以及专业研究机构公布和提供的大量资料，对我国广告及各子行业的发展状况、上下游行业发展状况、竞争替代服务、发展趋势、新服务与技术等进行了分析，并重点分析了我国广告行业发展状况和特点，以及中国广告行业将面临的挑战、企业的发展策略等。报告还对全球的广告行业发展态势作了详细分析，并对广告行业进行了趋向研判，是广告经营、广告策划、广告制作、及广告服务、投资机构等单位准确了解目前广告业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品。

## 报告目录

### 第一部分产业环境透视

【广告经济的大背景下，我国广告业发展怎样?广告的发展受哪些环境的影响?广告业的营销有哪些策略?广告的影响力如何?】

#### 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、2019-2023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

【广告业整体运行情况怎样?市场情况有何变化?广告销售额增长如何?规模扩大趋势如何?广告销售价格走势如何?】

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

第三节 我国广告市场情况分析

一、中国广告市场总体概况

二、中国广告产品市场发展分析

#### 第四节 我国广告市场价格走势分析

- 一、广告市场定价机制组成
- 二、广告市场价格影响因素
- 三、广告产品价格走势分析
- 四、2024-2029年广告产品价格走势预测

#### 第三部分 市场全景调研

【电视广告、期刊杂志广告、户外广告、互联网广告hellip;hellip;各细分市场情况如何?产业结构调整方向在哪?产业链上下游环节有什么变化?】

#### 第四章 广告行业细分市场分析

##### 第一节 中国电视广告发展分析

- 一、电视媒体发展状况
- 二、电视广告发展历程及特征分析
- 三、中国电视广告市场发展分析
- 四、电视广告市场存在的问题及对策

##### 第二节 中国报纸广告发展分析

- 一、中国报纸行业发展运行分析
- 二、中国报纸广告业发展运行分析
- 三、中国报纸广告营销策略分析
- 四、报纸分类广告发展状况

##### 第三节 中国期刊杂志广告市场分析

- 一、中国期刊行业状况分析
- 二、期刊杂志广告市场状况分析
- 三、期刊杂志广告经营及发展
- 四、期刊广告机遇前景分析

#### 第四节 中国广播广告发展分析

##### 一、中国广播媒体发展分析

##### 二、广播广告发展概述

##### 三、广播广告的经营与发展

##### 四、中国广播广告的品牌竞争与营销

#### 第五节 户外广告市场分析

##### 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

###### 5、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

###### 5、主要行业户外广告投放状况

###### 6、重点品牌户外广告投放状况

###### 7、户外电子屏广告重点市场动态

##### 三、户外广告市场外资进入状况

##### 四、户外广告市场存在的问题及对策

###### 1、户外广告整治焦点及不足

###### 2、户外广告整治的对策分析

3、户外广告发展的主要问题

4、户外广告的发展对策分析

5、山区户外广告不足及建议

6、户外广告发展的法律问题

五、户外广告市场趋势前景分析

1、户外广告分类发展趋势

2、二三线城市的发展潜力

3、户外广告发展趋势分析

4、户外广告价格上涨趋势

5、户外广告进入LED时代

第六节 网络广告市场发展分析

一、互联网产业发展状况分析

1、世界互联网发展现状分析

2、互联网应用市场发展分析

3、中国移动互联网市场规模

4、中国互联网网民规模

5、网络视频市场规模分析

6、网页游戏市场规模分析

7、互联网产业发展趋势

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、网络广告各类计费方式分析

4、网络广告各类网站情况分析

5、网络广告各类媒体情况分析

6、网络广告各重点行业投放情况

### 三、网络广告的创新与发展

1、中国网络广告模式主要问题

2、中国网络广告模式创新分析

3、新型网络广告模式发展分析

4、网络视频广告模式发展分析

5、网游植入式广告营销手段升级

### 四、窄告发展分析

1、窄告基本内容介绍

2、窄告表现及投放方式

3、窄告网络广告自适性

4、窄告产品建议和展望

5、窄告的发展前景分析

### 第七节 其它形式广告市场分析

#### 一、手机广告市场综合分析

1、世界手机广告发展状况

2、手机广告概述及其特点

3、手机广告投放表现形式

4、中国手机广告市场规模

5、中国手机广告运营模式

#### 二、隐性广告发展分析

1、隐性广告的概念及模式

2、隐性广告的优势及劣势



- 3、隐性广告运作存在问题
- 4、电影植入式广告爆发增长
- 5、植入式广告未来发展方向
- 6、植入式广告传播效果研究

### 三、其它形式广告

- 1、邮政商函广告趋势及对策
- 2、邮送广告业务的策略分析
- 3、直邮广告的发展空间分析
- 4、动漫广告的发展势头强劲
- 5、地铁广告的投放策略分析
- 6、洗手间广告市场发展潜力

### 第四部分 竞争格局分析

【广告行业市场竞争程度怎样?集中度有什么变化?品牌企业市场占有率有什么变化?各龙头企业运行情况及最新动向如何?有哪些新形势?】

## 第五章 2024-2029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

- 1、不同地域企业竞争格局
- 2、不同规模企业竞争格局
- 3、不同所有制企业竞争格局

### 三、广告行业集中度分析

- 1、市场集中度分析
- 2、企业集中度分析
- 3、区域集中度分析
- 4、各子行业集中度
- 5、集中度变化趋势

### 四、广告行业SWOT分析

- 1、广告行业优势分析
- 2、广告行业劣势分析
- 3、广告行业机会分析
- 4、广告行业威胁分析

## 第二节 中国广告行业竞争格局综述

### 一、广告行业竞争概况

- 1、中国广告行业品牌竞争格局
- 2、广告业未来竞争格局和特点
- 3、广告市场进入及竞争对手分析

### 二、中国广告行业竞争力分析

- 1、我国广告行业竞争力剖析
- 2、我国广告企业市场竞争的优势
- 3、民企与外企比较分析
- 4、国内广告企业竞争能力提升途径

### 三、中国广告服务竞争力优势分析

- 1、整体服务竞争力评价
- 2、服务竞争力评价结果分析
- 3、竞争优势评价及构建建议

### 四、广告行业主要企业竞争力分析

- 1、重点企业资产总计对比分析
- 2、重点企业从业人员对比分析
- 3、重点企业营业收入对比分析
- 4、重点企业利润总额对比分析
- 5、重点企业综合竞争力对比分析

### 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

## 第六章 2024-2029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、企业盈利能力分析
- 三、企业运营能力分析

- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业发展能力分析
- 六、企业组织架构分析
- 七、企业广告业务体系分析
- 八、企业广告业务覆盖范围分析
- 九、企业广告业务客户情况分析
- 十、企业发展优劣势分析
- 十一、企业最新发展动向分析
- 十二、企业合作机构分析

## 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、企业盈利能力分析
- 三、企业运营能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业发展能力分析
- 六、企业组织架构分析
- 七、企业广告业务体系分析
- 八、企业广告业务覆盖范围分析
- 九、企业广告业务客户情况分析
- 十、企业发展优劣势分析
- 十一、企业最新发展动向分析

## 第三节 奥美广告公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业盈利能力分析

- 三、企业运营能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业发展能力分析
- 六、企业组织架构分析
- 七、企业广告业务体系分析
- 八、企业广告业务覆盖范围分析
- 九、企业广告业务客户情况分析
- 十、企业发展优劣势分析
- 十一、企业最新发展动向分析
- 十二、企业海外市场扩张战略分析

#### 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、企业盈利能力分析
- 三、企业运营能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业发展能力分析
- 六、企业组织架构分析
- 七、企业广告业务体系分析
- 八、企业广告业务覆盖范围分析
- 九、企业广告业务客户情况分析
- 十、企业发展优劣势分析
- 十一、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、企业盈利能力分析
- 三、企业运营能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业发展能力分析
- 六、企业组织架构分析
- 七、企业广告业务体系分析
- 八、企业广告业务覆盖范围分析
- 九、企业广告业务客户情况分析
- 十、企业发展优劣势分析
- 十一、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、企业盈利能力分析
- 三、企业运营能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业发展能力分析
- 六、企业组织架构分析
- 七、企业广告业务体系分析
- 八、企业广告业务覆盖范围分析
- 九、企业广告业务客户情况分析
- 十、企业发展优劣势分析
- 十一、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、企业盈利能力分析
- 三、企业运营能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业发展能力分析
- 六、企业组织架构分析
- 七、企业广告业务体系分析
- 八、企业广告业务覆盖范围分析
- 九、企业广告业务客户情况分析
- 十、企业发展优劣势分析
- 十一、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、企业盈利能力分析
- 三、企业运营能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业发展能力分析
- 六、企业组织架构分析
- 七、企业广告业务体系分析
- 八、企业广告业务覆盖范围分析
- 九、企业广告业务客户情况分析
- 十、企业发展优劣势分析
- 十一、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、企业盈利能力分析
- 三、企业运营能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业发展能力分析
- 六、企业组织架构分析
- 七、企业广告业务体系分析
- 八、企业广告业务覆盖范围分析
- 九、企业广告业务客户情况分析
- 十、企业发展优劣势分析
- 十一、企业最新发展动向分析

#### 第十节 昌荣传媒股份有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业盈利能力分析
- 三、企业运营能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业发展能力分析
- 六、企业组织架构分析
- 七、企业广告业务体系分析
- 八、企业广告业务覆盖范围分析
- 九、企业广告业务客户情况分析
- 十、企业发展优劣势分析
- 十一、企业地区影响力分析
- 十二、企业最新发展动向分析

#### 第十一节 华扬联众数字技术股份有限公司



- 一、企业发展简况分析
- 二、企业盈利能力分析
- 三、企业运营能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业发展能力分析
- 六、企业组织架构分析
- 七、企业广告业务体系分析
- 八、企业广告业务覆盖范围分析
- 九、企业广告业务客户情况分析
- 十、企业发展优劣势分析
- 十一、企业最新发展动向分析

## 第十二节 浙江华媒控股股份有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业盈利能力分析
- 三、企业运营能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业发展能力分析
- 六、企业组织架构分析
- 七、企业广告业务体系分析
- 八、企业广告业务覆盖范围分析
- 九、企业广告业务客户情况分析
- 十、企业发展优劣势分析
- 十一、企业最新发展动向分析

## 第十三节 北京新意互动广告有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业盈利能力分析
- 三、企业运营能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业发展能力分析
- 六、企业组织架构分析
- 七、企业广告业务体系分析
- 八、企业广告业务覆盖范围分析
- 九、企业广告业务客户情况分析
- 十、企业发展优劣势分析
- 十一、企业最新发展动向分析

#### 第十四节北京华谊嘉信整合营销顾问集团股份有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业盈利能力分析
- 三、企业运营能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业发展能力分析
- 六、企业组织架构分析
- 七、企业广告业务体系分析
- 八、企业广告业务覆盖范围分析
- 九、企业广告业务客户情况分析
- 十、企业发展优劣势分析
- 十一、企业最新发展动向分析

#### 第十五节 北京巴士传媒股份有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业盈利能力分析
- 三、企业运营能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业发展能力分析
- 六、企业组织架构分析
- 七、企业广告业务体系分析
- 八、企业广告业务覆盖范围分析
- 九、企业广告业务客户情况分析
- 十、企业发展优劣势分析
- 十一、企业最新发展动向分析

#### 第十六节 金鹏传媒科技股份有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业盈利能力分析
- 三、企业运营能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业发展能力分析
- 六、企业组织架构分析
- 七、企业广告业务体系分析
- 八、企业广告业务覆盖范围分析
- 九、企业广告业务客户情况分析
- 十、企业发展优劣势分析
- 十一、企业最新发展动向分析

#### 第十七节 引力传媒股份有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业盈利能力分析
- 三、企业运营能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业发展能力分析
- 六、企业组织架构分析
- 七、企业广告业务体系分析
- 八、企业广告业务覆盖范围分析
- 九、企业广告业务客户情况分析
- 十、企业发展优劣势分析
- 十一、企业最新发展动向分析

#### 第十八节 当代东方投资股份有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业盈利能力分析
- 三、企业运营能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业发展能力分析
- 六、企业组织架构分析
- 七、企业广告业务体系分析
- 八、企业广告业务覆盖范围分析
- 九、企业广告业务客户情况分析
- 十、企业发展优劣势分析
- 十一、企业最新发展动向分析

#### 第十九节 南京银都奥美广告有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业盈利能力分析
- 三、企业运营能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业发展能力分析
- 六、企业组织架构分析
- 七、企业广告业务体系分析
- 八、企业广告业务覆盖范围分析
- 九、企业广告业务客户情况分析
- 十、企业发展优劣势分析
- 十一、企业最新发展动向分析

#### 第二十章 广州喜马拉雅营销顾问有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业盈利能力分析
- 三、企业运营能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业发展能力分析
- 六、企业组织架构分析
- 七、企业广告业务体系分析
- 八、企业广告业务覆盖范围分析
- 九、企业广告业务客户情况分析
- 十、企业发展优劣势分析
- 十一、企业最新发展动向分析

#### 第二十一章 北京壹捌零广告有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业盈利能力分析
- 三、企业运营能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业发展能力分析
- 六、企业组织架构分析
- 七、企业广告业务体系分析
- 八、企业广告业务覆盖范围分析
- 九、企业广告业务客户情况分析
- 十、企业发展优劣势分析
- 十一、企业最新发展动向分析

## 第二十二节 思美传媒股份有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业盈利能力分析
- 三、企业运营能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业发展能力分析
- 六、企业组织架构分析
- 七、企业广告业务体系分析
- 八、企业广告业务覆盖范围分析
- 九、企业广告业务客户情况分析
- 十、企业发展优劣势分析
- 十一、企业地区影响力分析
- 十二、企业最新发展动向分析

## 第二十三节 哈尔滨海润国际广告传播(集团)有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业盈利能力分析
- 三、企业运营能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业发展能力分析
- 六、企业组织架构分析
- 七、企业广告业务体系分析
- 八、企业广告业务覆盖范围分析
- 九、企业广告业务客户情况分析
- 十、企业发展优劣势分析
- 十一、企业最新发展动向分析

## 第二十四节 武汉市利器广告传播有限责任公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业盈利能力分析
- 三、企业运营能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业发展能力分析
- 六、企业组织架构分析
- 七、企业广告业务体系分析
- 八、企业广告业务覆盖范围分析
- 九、企业广告业务客户情况分析
- 十、企业发展优劣势分析
- 十一、企业最新发展动向分析

## 第二十五节 广州思源广告有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业盈利能力分析
- 三、企业运营能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业发展能力分析
- 六、企业组织架构分析
- 七、企业广告业务体系分析
- 八、企业广告业务覆盖范围分析
- 九、企业广告业务客户情况分析
- 十、企业发展优劣势分析
- 十一、企业最新发展动向分析

## 第二十六节 北京腾信创新网络营销技术股份有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业盈利能力分析
- 三、企业运营能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业发展能力分析
- 六、企业组织架构分析
- 七、企业广告业务体系分析
- 八、企业广告业务覆盖范围分析
- 九、企业广告业务客户情况分析
- 十、企业发展优劣势分析
- 十一、企业最新发展动向分析



## 第二十七节 西安麦道品牌传播有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业盈利能力分析
- 三、企业运营能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业发展能力分析
- 六、企业组织架构分析
- 七、企业广告业务体系分析
- 八、企业广告业务覆盖范围分析
- 九、企业广告业务客户情况分析
- 十、企业最新发展动向分析

## 第二十八节 北京未来广告有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业盈利能力分析
- 三、企业运营能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业发展能力分析
- 六、企业组织架构分析
- 七、企业广告业务体系分析
- 八、企业广告业务覆盖范围分析
- 九、企业广告业务客户情况分析
- 十、企业发展优劣势分析
- 十一、企业最新发展动向分析

## 第二十九节 四川省巴蜀新形象广告传媒股份有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业盈利能力分析
- 三、企业运营能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业发展能力分析
- 六、企业组织架构分析
- 七、企业广告业务体系分析
- 八、企业广告业务覆盖范围分析
- 九、企业广告业务客户情况分析
- 十、企业最新发展动向分析

#### 第三十节 西部机场集团广告传媒(西安)有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业盈利能力分析
- 三、企业运营能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业发展能力分析
- 六、企业组织架构分析
- 七、企业广告业务体系分析
- 八、企业广告业务覆盖范围分析
- 九、企业广告业务客户情况分析
- 十、企业发展优劣势分析

#### 第五部分 发展前景展望

【要想在如今竞争激烈的市场上站稳脚跟，应紧随市场的脚步向前发展进步，那么未来广告业发展前景怎样?有哪些变化趋势?投资机会在哪里?】

## 第七章 2024-2029年广告行业前景及趋势预测

### 第一节 2024-2029年广告市场发展前景

- 一、2024-2029年广告市场发展潜力
- 二、2024-2029年广告市场发展前景展望
- 三、2024-2029年广告细分行业发展前景分析

### 第二节 2024-2029年广告市场发展趋势预测

- 一、2024-2029年广告行业发展趋势
- 二、2024-2029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、2024-2029年广告行业应用趋势预测
- 四、2024-2029年细分市场发展趋势预测

### 第三节 2024-2029年中国广告行业供需预测

- 一、2024-2029年中国广告市场供给预测
- 二、2024-2029年中国广告行业需求预测
- 三、2024-2029年中国广告行业供需平衡预测

### 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

## 第八章 2024-2029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、2019-2023年广告行业投资状况回顾

3、2024-2029年中国广告行业风险投资状况

4、2024-2029年我国广告行业的投资态势分析

第二节 2024-2029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 2024-2029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

【广告业面临哪些困境?有哪些扶持政策?在转型升级、发展战略、管理经营、投融资方面需要注意哪些问题?需要采取哪些策略?具体有哪些注意点?】

## 第九章 2024-2029年广告行业面临的困境及对策

### 第一节 2019-2023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、2019-2023年广告行业发展战略

二、2024-2029年广告行业发展战略

三、2024-2029年细分行业发展战略

第十一章 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 中道泰和广告行业发展建议

#### 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：广告产业链

图表：广告行业政策动态

图表：广告行业相关标准准则一览

图表：2019-2023年工业增加值月度同比增长速度

图表：2019-2023年中国社会消费品零售总额月度情况

图表：2019-2023年中国人均消费性支出情况

图表：2019-2023年中国人均消费性支出结构

图表：2019-2023年中国广告市场规模及增长率

图表：2019-2023年上半年中国各媒体广告增幅情况

图表：2019-2023年中国广告业经营情况

图表：2019-2023年全球广告行业市场规模

图表：2019-2023年中国广告行业市场规模

图表：2019-2023年广告行业重要数据指标比较

图表：2019-2023年中国各种媒体广告增长情况

图表：2019-2023年全国广告经营额最高的20个省市

图表：2019-2023年五大媒体到达率

图表：2019-2023年中国广告市场占全球份额比较

图表：2019-2023年广告行业销售收入

图表：2019-2023年广告行业利润总额

图表：2019-2023年广告行业资产总计

图表：2019-2023年广告行业负债总计

图表：2019-2023年广告行业竞争力分析

图表：2019-2023年广告业发展方向分析

图表：2019-2023年广告行业主营收入分析

图表：2019-2023年广告行业销售费用分析

图表：2019-2023年广告行业销售成本分析

图表：2024-2029年广告市场价格走势预测

图表：2024-2029年广告行业主营业务收入预测

图表：2024-2029年广告行业主营业务成本预测

图表：2024-2029年广告行业销售费用预测

图表：2024-2029年广告行业管理费用预测

图表：2024-2029年广告行业财务费用预测

图表：2024-2029年广告行业销售毛利率预测

图表：2024-2029年广告行业销售利润率预测

图表：2024-2029年广告行业成本费用利润率预测

图表：2024-2029年广告行业总资产利润率预测

图表：2024-2029年广告行业需求预测



图表：2024-2029年广告行业集中度预测

图表：2024-2029年全球广告行业市场规模预测

图表：2024-2029年中国广告行业市场规模预测

图表：2024-2029年广告行业重要数据指标比较预测

图表：2024-2029年中国广告市场占全球份额比较预测

图表：2024-2029年广告行业销售收入预测

图表：2024-2029年广告行业利润总额预测

图表：2024-2029年广告行业资产总计预测

图表：2024-2029年广告行业负债总计预测

图表：2024-2029年广告行业竞争力预测

**把握投资 决策经营！**

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费) Email : [kf@51baogao.cn](mailto:kf@51baogao.cn)

本文地址 : <https://www.51baogao.cn/bg/20170112/9686.shtml>

在线订购 : [点击这里](#)