2026-2031年版广告策划行业兼并重组机会研究及决策咨询报告

报告简介

企业并购包括兼并与收购。公司兼并是指经由转移公司所有权的形式，一家或多家公司的全部资产与责任不需经过清算都转移为另一公司所有，而接受全部资产与责任的另一公司仍然完全以自身名义继续运行。公司收购则是指一家公司经由收购另一公司的股票或股份等方式，取得该另一公司的控制权或管理权。企业在并购及资产重组活动中会涉及到诸多专业问题，比如并购目标公司的选定，目标公司资产估值，并购重组方式的选择、融资方式的选择，并购成本的控制，并购的法律问题等等，面对这些问题，企业内部因缺乏专业人才往往难以正确处理，因而必须委托专业的顾问机构协助。

本报告由北京中道泰和信息咨询有限公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家海关总署、国家发改委、国家商务部、广告策划行业相关协会、51行业报告网等国家部门、行业协会、国内外相关报刊杂志发表公布的基础信息以及专业研究机构公布和提供的大量资料，对我国广告策划行业的发展状况、竞争情况、发展趋势、行业技术等背景进行了分析，并重点分析了我国广告策划行业兼并重组机会，以及中国广告策划行业兼并重组将面临的挑战。报告还对国内外的广告策划行业兼并重组案例分析，并对广告策划行业兼并重组趋势进行了趋向研判，本报告定期对广告策划行业运行和兼并重组事件进行监测，数据保持动态更新，是广告策划相关企业、科研单位、投资机构等单位准确了解目前广告策划行业兼并重组动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品。除提供《2026-2031年版广告策划行业兼并重组机会研究及决策咨询报告》外，我们也可以根据企业具体项目要求专项编写专业定制版，并根据详细要求合理报价，为企业兼并重组提供全程指引服务。

1、中道泰和作为卖方顾问提供的服务内容：

并购可行性分析、价值评估咨询、业务诊断及分析;寻找与推荐策略投资者，就交易结构和交易方案设计提供专业意见;协助准备信息备忘录和投资意向书，就投资者的选择和接洽策略提供专业意见;协调并管理投资者的财务，税务和法律尽职调查;协助卖方回复投资者尽职调查过程中提出的问题和要求;协助分析公

司的整体价值并制定定价策略，协助设定卖方与潜在投资者谈判的策略;参与卖方与潜在投资者的谈判并提供现场技术支持;对最终法律协议中的商业条款提出审阅意见;协助进行税务分析、项目管理、融资文件准备。

2、中道泰和作为买方顾问提供的服务内容：

财务及税务尽职调查、目标公司价值分析和定价策略制定;协助政府沟通和审批、谈判支持和审阅投资文件，确定并购条件;协助买方筹集、获得、使用必要的资金、提出具体的收购建议;审阅当地评估师对于目标公司的资产评估报告;财务模型的构建和目标公司价值分析、提供交易架构的设计建议;将审慎性调查的结果反映在各项交易的法律文书中、协助各项法律文书的成文;编制相关的并购公告，提出一个完善、操作性强并符合收购方需要和自身条件的收购计划，在收购方委托的情况下代理完成收购计划。

报告目录

第一部分 兼并重组背景

第一章 研究概述

第一节 研究背景

第二节 研究内容

第三节 研究方法

第四节 研究团队

第五节 研究结论

第二章 广告策划企业兼并重组背景分析

第一节 广告策划行业兼并重组意义

第二节 广告策划行业兼并重组背景分析

第三节 广告策划企业兼并重组特点分析及整体趋势分析

第四节 广告策划行业兼并重组方式分析

第五节 广告策划行业兼并重组一般程序分析

第六节 广告策划行业兼并重组趋势分析

第七节 广告策划企业兼并重组的障碍

一、政策障碍

二、组织结构障碍

三、资金障碍

四、技术障碍

第三章 广告策划企业兼并重组案例分析

第一节 国外广告策划企业兼并重组案例分析

一、兼并重组背景与动机

二、兼并重组过程分析

三、兼并重组案例特点分析

四、兼并重组方案与成败经验分析

五、兼并重组核心价值与整合战略分析

第二节 国内广告策划企业兼并重组案例分析

一、兼并重组背景与动机

二、兼并重组过程分析

三、兼并重组案例特点分析

四、兼并重组方案与成败经验分析

五、兼并重组核心价值与整合战略分析

第三节 国内广告策划企业兼并重组主体竞争力分析

一、发展现状

二、投资趋势

三、投资区域

四、投资特点

五、投资产品结构

六、市场表现

第四节 外资广告策划企业在华兼并重组趋势分析

一、发展现状

二、投资趋势

三、投资区域

四、投资特点

五、投资产品结构

六、市场表现

第二部分 行业发展背景

第四章 2021-2026年广告策划行业总体发展状况

第一节 广告策划行业特性分析

第二节 广告策划产业特征与行业重要性

第三节 2021-2026年广告策划行业发展分析

一、2021-2026年广告策划行业发展态势分析

二、2021-2026年广告策划行业发展特点分析

三、“十四五”区域产业布局与产业转移

第四节 2021-2026年广告策划行业规模情况分析

一、行业单位规模情况分析

二、行业人员规模状况分析

三、行业资产规模状况分析

四、行业市场规模状况分析

第五节 2021-2026年广告策划行业财务能力分析

一、行业盈利能力分析与预测

二、行业偿债能力分析与预测

三、行业营运能力分析与预测

四、行业发展能力分析与预测

第五章 我国广告策划行业运行分析

第一节 我国广告策划行业发展状况分析

一、我国广告策划行业发展阶段

二、我国广告策划行业发展总体概况

三、我国广告策划行业发展特点分析

四、我国广告策划行业商业模式分析

第二节 2021-2026年广告策划行业发展现状

一、2021-2026年我国广告策划行业市场规模

二、2021-2026年我国广告策划行业发展分析

三、2021-2026年中国广告策划企业发展分析

第三节 2021-2026年广告策划市场情况分析

一、2021-2026年中国广告策划市场总体概况

二、2021-2026年中国广告策划市场发展分析

第四节 我国广告策划市场价格走势分析

一、广告策划市场定价机制组成

二、广告策划市场价格影响因素

三、2021-2026年广告策划价格走势分析

四、“十四五”期间广告策划价格走势预测

第六章 “十四五”期间我国广告策划市场供需形势分析

第一节 我国广告策划市场供需分析

一、2021-2026年我国广告策划行业供给情况

1、我国广告策划行业供给分析

2、重点企业供给及占有份额

二、2021-2026年我国广告策划行业需求情况

1、广告策划行业需求市场

2、广告策划行业客户结构

3、广告策划行业需求的地区差异

三、2021-2026年我国广告策划行业供需平衡分析

第二节 广告策划产品(服务)市场应用及需求预测

一、广告策划产品(服务)应用市场总体需求分析

1、广告策划产品(服务)应用市场需求特征

2、广告策划产品(服务)应用市场需求总规模

二、“十四五”期间广告策划行业领域需求量预测

1、“十四五”期间广告策划行业领域需求产品(服务)功能预测

2、“十四五”期间广告策划行业领域需求产品(服务)市场格局预测

三、重点行业广告策划产品(服务)需求分析预测

第七章 广告策划行业并购市场分析

第一节 2021-2026年并购市场综述

一、2021-2026年并购市场回顾

二、2021-2026年海外并购分析

三、2021-2026年中国并购市场监测

第一节 2026-2031年并购市场发展前景预测

一、2026-2031年并购市场前景分析

二、2026-2031年并购基金市场前景分析

三、2026-2031年民营企业海外并购前景分析

第二节 2026-2031年并购市场发展趋势预测

一、2026-2031年后并购时代的市场趋势

二、2026-2031年中国企业并购发展趋势

三、2026-2031年外资并购发展趋势预测

第三部分 兼并重组机会

第八章 广告策划行业区域性兼并重组机会分析

第一节 环渤海经济区

一、广告策划行业发展特征与竞争力分析

二、广告策划行业兼并重组可行性与趋势分析

第二节 长三角经济区

一、广告策划行业发展特征与竞争力分析

二、广告策划行业兼并重组可行性与趋势分析

第三节 珠三角经济区

一、广告策划行业发展特征与竞争力分析

二、广告策划行业兼并重组可行性与趋势分析

第三节 新兴地区

一、广告策划行业发展特征与竞争力分析

二、广告策划行业兼并重组可行性与趋势分析

第九章 广告策划行业产业链兼并重组机会分析

第一节 广告策划企业与上下游企业兼并重组背景分析

第二节 广告策划企业与上下游企业兼并重组案例分析

第三节 广告策划企业与上下游企业兼并重组趋势分析

第四节 广告策划企业与上下游企业兼并重组机会分析

第五节 广告策划企业与其他行业兼并重组机会分析

第十章 广告策划行业规模性兼并重组机会分析

第一节 大型规模企业兼并重组机会分析

第二节 中型规模企业兼并重组机会分析

第三节 小型规模企业兼并重组机会分析

第四部分 兼并重组方案

第十一章 目标公司调查基本流程

【中道泰和根据客户提供的调查清单，对目标公司架构、财务、资产¬等数据进行收集、整理;根据目标公司信息进行全方位的调研分析(企业内部人员、政府职能部门、竞争对手等)，对目标企业进行评估，对目标公司进行swot分析，发掘其价值，诊断其问题;对调查内容进行梳理，就调查中发现的问题提出合理化的改进措施。】

第一节 被调查对象主体资格

第二节 资产、负债、所有者权益

第三节 重大合同

第四节 诉讼及行政处罚情况。

第五节 保险

第六节 职工

第七节 税务

第八节 环保

第九节 外汇

第十节 财政

第十一节 经营存在的问题

第十二节 调查结论

第十二章 项目并购重组研究

【就广告策划行业政策环境、市场环境、行业现状、竞争对手、行业趋势等进行深入的研究分析;在前期调查的基础上，就项目建设条件、投资收益、面临的风险等进行科学的测算;充分论证项目建设的必要性、可行性;就项目存在的问题提出解决方案。】

第一节 广告策划项目投资环境分析

第二节 广告策划行业竞争格局分析

第三节 广告策划行业财务指标分析参考

第四节 广告策划行业市场分析与项目投入规模

第五节 项目所属的细分市场的市场现状、未来市场空间

第六节 项目应用技术方案(产品原料、制造成本、销售成本、利润预期)

第七节 目标企业经营状况及经营运作上存在的主要问题

第八节 项目运作后的价值预估、成长预期

第九节 投资估算与资金筹措

第十节 财务与敏感性分析

第十一节 收购项目的价值及风险分析

第十二节 广告策划行业及项目发展趋势预测

第十三节 项目调整所需的主要整改措施、投入

第十四节 收购成功所需注意的关键要点

第十五节 并购项目研究结论与建议

第五部分 兼并重组策略

第十三章 中国广告策划行业兼并重组风险分析

第一节 资产重组风险分析

第二节 品牌组合风险分析

第三节 技术变动风险分析

第四节 生产整合风险分析

第五节 人事变动情况分析

第六节 企业管理情况分析

第七节 销售管理情况分析

第八节 企业文化情况分析

第九节 企业战略情况分析.

第十四章 广告策划企业兼并重组中的竞争战略分析

第一节 差异化战略分析

第二节 成本领先战略分析

第三节 市场集中战略分析

第四节 并购策略研究

一、企业并购注意的问题研究

二、企业并购决策的基本原则

三、目标公司分析

四、目标公司价值估算

第五节 企业并购发展策略分析

一、企业并购资金的筹集策略

二、企业并购后的整合策略

三、中道泰和并购建议

第十五章 新形势下并购财务操作及资产评估处理

第一节 目标企业价值评估的必要性以及存在的问题

一、目标企业价值评估的必要性

二、中国目标企业价值评估存在的问题

第二节 国内外企业并购中目标企业价值评估理论与方法述评

一、国外企业并购中目标企业价值评估理论与方法述评

二、国内企业并购中目标价值评估理论与方法研究述评

第三节 并购及其对目标企业价值的影响

一、企业并购及其效应的产生

二、协同效应及其对目标企业价值的影响

第四节 目标企业价值的识别

一、目标企业价值识别的内容和范围

二、目标企业价值识别的步骤

第五节 目标企业价值影响因素的分析

一、影响目标企业价值的外部因素

二、影响目标企业价值的内部诸因素

第六节 目标企业价值评估中成本法的运用

一、运用成本法对目标企业价值的评估

二、成本法评估并购中目标企业价值的优、缺点分析

第七节 目标企业价值评估中市场法的运用

一、市场法的两种具体方法

二、运用市场法对目标企业价值评估的局限性

第八节 目标企业价值评估中收益法的运用

一、运用收益法时参数的估算

二、运用收益法对目标企业价值评估应注意的问题

第九节 目标企业价值评估中实物期权法的运用

一、知识经济和实物期权法

二、运用实物期权法对目标企业价值评估的可行性分析

三、实物期权法在目标企业价值评估中的具体应用

第十节 目标企业价值评估方法的比较与选择

一、各种评估方法运用条件的比较

二、评估方法的选择

第十六章 中道泰和广告策划行业兼并重组建议

第一节 买方建议

第二节 卖方建议

第三节 研究结论

图表目录

图表：广告策划行业生命周期

图表：广告策划行业产业链结构

图表：2021-2026年全球广告策划行业市场规模

图表：2021-2026年中国广告策划行业市场规模

图表：2021-2026年广告策划行业重要数据指标比较

图表：2021-2026年中国广告策划市场占全球份额比较

图表：2021-2026年广告策划行业销售收入

图表：2021-2026年广告策划行业利润总额

图表：2021-2026年广告策划行业资产总计

图表：2021-2026年广告策划行业负债总计

图表：2021-2026年广告策划行业竞争力分析

图表：2021-2026年广告策划市场价格走势

图表：2021-2026年广告策划行业主营业务收入

图表：2021-2026年广告策划行业主营业务成本

图表：2021-2026年广告策划行业销售费用分析

图表：2021-2026年广告策划行业管理费用分析

图表：2021-2026年广告策划行业财务费用分析

图表：2021-2026年广告策划行业销售毛利率分析

图表：2021-2026年广告策划行业销售利润率分析

图表：2021-2026年广告策划行业成本费用利润率分析

图表：2021-2026年广告策划行业总资产利润率分析

图表：2021-2026年中国企业并购完成交易规模统计

图表：2021-2026年中国企业并购交易金额行业分布

图表：2021-2026年中国企业并购案例数量行业分布

图表：2021-2026年中国企业海外并购业务情况分析

图表：2021-2026年中国广告策划企业并购完成交易规模

图表：2021-2026年中国广告策划企业兼并重组案例分析

图表：2021-2026年中国并购市场季度分布

图表：2021-2026年中国并购市场发展趋势

图表：2021-2026年中国企业海外并购趋势

图表：2021-2026年中国企业外资并购趋势

图表：2021-2026年中国并购市场行业分布(按被并购方)

图表：2021-2026年中国并购市场交易数量行业分布(按被并购方，按并购案例数，个)

图表：2021-2026年中国并购市场交易数量行业分布(按被并购方，按并购金额，us$m)

图表：2021-2026年中国并购市场完成的十大并购交易

图表：2021-2026年vc/pe相关并购行业分布(按被并购方)

图表：2021-2026年中国并购市场vc/pe相关并购趋势

图表：2021-2026年中国并购市场并购案例数统计

图表：2021-2026年中国并购市场并购金额统计

图表：2021-2026年中国企业国内并购趋势

图表：2021-2026年中国企业海外并购案例数统计

图表：2021-2026年中国企业海外并购并购金额统计

图表：2021-2026年中国企业外资并购案例数统计

图表：2021-2026年中国企业外资并购金额统计

把握投资 决策经营！

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

报告编号：104777

本文地址：https://www.51baogao.cn/bg/20190107/104777.shtml

在线订购：点击这里