

全球及中国广告市场洞察报告(2018-2028版)

报告简介

概述

全球及中国经济在2020年均受到重创，2021年全球GDP增长5.9%，尽管全球增长前景有所改善，出现了V型反弹，但这并不意味着经济真正恢复到了疫情前的水平，绝大多数国家目前还处在重创后复苏的阶段，远未实现真正复苏。

2022年是持续复苏的一年，全球供应链扰动、地缘政治局势紧张、能源价格波动、劳动力局部短缺、原材料价格上涨都将会影响经济复苏的韧性，国际货币基金组织(IMF)预计2022年世界经济增速为4.4%，其中美国经济增速为4%左右。在中国和印度的大力推动下，2022年预计亚洲将成为全球经济增长最快的地区。然而中国经济增长有所放缓，2022年政府工作报告中表明经济增速预期目标设定在5.5%左右。

据研究中国确立5.5%左右增速，不仅着眼于经济增长的速度，同时也锚定经济发展质量，科技创新、经济社会数字化、绿色发展等将是中国经济发展长期坚持的目标。预计2022年美国、欧洲、中国等主要经济体将会出台更多利好政策，带动广告行业的发展。

本报告《全球及中国广告市场洞察报告》，旨在通过系统性研究，梳理国内外广告行业发展现状与趋势，估算广告行业市场总体规模及主要国家市场占比，解析广告行业各细分赛道发展潜力，研判广告下游市场需求，分析广告行业竞争格局，从而协助解决广告行业各利益相关者的痛点。本行业研究报告结合桌面研究、业内人士或专家定性访谈等方式，力求结论、数据的客观与完整。

全球广告主要生产商：

WPP

Omnicom Group

Dentsu Inc.

PublicisGroupe

IPG

Havas SA

Focus Media Group

AVIC Culture Co.,Ltd.

Guangdong Advertising Co., Ltd.

Bluefocus Communication Group Co., Ltd.

SiMei Media

Yinlimedia

Hunan TV and Broadcast Intermediary Co., Ltd.

Guangdong Guangzhou Daily Media Co., Ltd.

Beijing Bashi Media Co., Ltd.

Dahe Group

China Television Media

Spearhead Integrated Marketing

Communication Group

Shanghai Xinhua Media Co., Ltd.

Chengdu B-ray Media Co., Ltd.

本报告重点关注的几个地区市场：

中国

日本

韩国

东南亚

印度

美国

欧洲

广告产品细分为以下几类：

电视广告

报纸和杂志广告

户外广告

广播广告

互联网广告

其他

广告的细分应用领域如下：

食品和饮料

车辆

健康和医疗

商业和个人服务

消费品

其他领域

报告目录

1 广告行业现状、背景

1.1 广告行业定义与特性

1.2 广告行业技术壁垒

1.3 广告产业链全景

1.3.1 全球广告上游企业及上游产品技术特点

1.3.2 全球广告下游企业及行业分布

1.4 广告产品细分及各细分产品的头部企业

2 广告行业头部企业分析

2.1 全球广告主要生产商生产基地分布

2.2 WPP

2.2.1 WPP 企业概况

2.2.2 WPP 产品规格及特点

2.2.3 WPP 销量、销售额及价格(2018-2022年)

2.2.4 WPP 市场动态

2.3 Omnicom Group

2.3.1 Omnicom Group 企业概况

2.3.2 Omnicom Group 产品规格及特点

2.3.3 Omnicom Group 销量、销售额及价格(2018-2022年)

2.3.4 Omnicom Group 市场动态

2.4 Dentsu Inc.

2.4.1 Dentsu Inc. 企业概况

2.4.2 Dentsu Inc. 产品规格及特点

2.4.3 Dentsu Inc. 销量、销售额及价格(2018-2022年)

2.4.4 Dentsu Inc. 市场动态

2.5 PublicisGroupe

2.5.1 PublicisGroupe 企业概况

2.5.2 PublicisGroupe 产品规格及特点

2.5.3 PublicisGroupe 销量、销售额及价格(2018-2022年)

2.5.4 PublicisGroupe 市场动态

2.6 IPG

2.6.1 IPG 企业概况

2.6.2 IPG 产品规格及特点

2.6.3 IPG 销量、销售额及价格(2018-2022年)

2.6.4 IPG 市场动态

2.7 Havas SA

2.7.1 Havas SA 企业概况

2.7.2 Havas SA 产品规格及特点

2.7.3 Havas SA 销量、销售额及价格(2018-2022年)

2.7.4 Havas SA 市场动态

2.8 Focus Media Group

2.8.1 Focus Media Group 企业概况

2.8.2 Focus Media Group 产品规格及特点

2.8.3 Focus Media Group 销量、销售额及价格(2018-2022年)

2.8.4 Focus Media Group 市场动态

2.9 AVIC Culture Co.,Ltd.

2.9.1 AVIC Culture Co.,Ltd. 企业概况

2.9.2 AVIC Culture Co.,Ltd. 产品规格及特点

2.9.3 AVIC Culture Co.,Ltd. 销量、销售额及价格(2018-2022年)

2.9.4 AVIC Culture Co.,Ltd. 市场动态

2.10 Guangdong Advertising Co., Ltd.

2.10.1 Guangdong Advertising Co., Ltd. 企业概况

2.10.2 Guangdong Advertising Co., Ltd. 产品规格及特点

2.10.3 Guangdong Advertising Co., Ltd. 销量、销售额及价格(2018-2022年)

2.10.4 Guangdong Advertising Co., Ltd. 市场动态

2.11 Bluefocus Communication Group Co., Ltd.

2.11.1 Bluefocus Communication Group Co., Ltd. 企业概况

2.11.2 Bluefocus Communication Group Co., Ltd. 产品规格及特点

2.11.3 Bluefocus Communication Group Co., Ltd. 销量、销售额及价格(2018-2022年)

2.11.4 Bluefocus Communication Group Co., Ltd. 市场动态

2.12 SiMei Media

2.13 Yinlimedia

2.14 Hunan TV and Broadcast Intermediary Co., Ltd.

2.15 Guangdong Guangzhou Daily Media Co., Ltd.

2.16 Beijing Bashi Media Co., Ltd.

2.17 Dahe Group

2.18 China Television Media

2.19 Spearhead Integrated Marketing

2.20 Communication Group

2.21 Shanghai Xinhua Media Co., Ltd.

2.22 Chengdu B-ray Media Co., Ltd.

3 全球广告细分应用领域

3.1 全球广告细分应用领域销售现状及预测(2018-2028年)

3.1.1 全球广告细分应用领域销量及占比(2021-2022年)

3.1.2 食品和饮料

3.1.3 车辆

3.1.4

3.2 中国广告细分应用领域销售现状及预测(2018-2028年)

3.2.1 中国广告细分应用领域销量及占比(2021-2022年)

3.2.2 食品和饮料

3.2.3 车辆

3.2.4

4 全球广告市场规模分析

4.1 全球广告销售现状及预测

4.1.1 全球广告销量及增长率(2018-2028年)

4.1.2 全球各类型广告销量及市场占比(2018-2028年)

电视广告

报纸和杂志广告

... ..

4.1.3 全球各类型广告销售额及市场占比(2018-2028年)

电视广告

报纸和杂志广告

... ..

4.1.4 全球各类型广告价格变化趋势(2018-2028年)

电视广告

报纸和杂志广告

... ..

4.2 全球广告行业集中率分析

4.2.1 全球广告行业集中度指数(CR5、销量)(2018-2022年)

4.2.2 全球广告行业集中度指数(CR5、销售额)(2018-2022年)

4.3 中国广告行业集中率分析

4.3.1 中国广告行业集中度指数(CR5、销量)(2018-2022年)

4.3.2 中国广告行业集中度指数(CR5、销售额)(2018-2022年)

5 全球主要地区广告市场发展现状及前景分析

5.1 全球主要地区广告产量

5.1.1 全球主要地区广告产量(2018-2028年)

5.1.2 2022年全球广告产量及销量最大的国家或地区

5.2 全球主要地区广告销量市场占比

5.2.1 全球主要地区广告销量占比(2018-2028年)

5.2.2 全球主要地区广告销售额占比(2018-2028年)

5.3 中国市场广告销量、销售额及增长率

5.3.1 中国市场广告销量及增长率(2018-2028年)

5.3.2 中国市场广告销售额及增长率(2018-2028年)

5.4 日本市场广告销量、销售额及增长率

5.4.1 日本市场广告销量及增长率(2018-2028年)

5.4.2 日本市场广告销售额及增长率(2018-2028年)

5.5 韩国市场广告销量、销售额及增长率

5.5.1 韩国市场广告销量及增长率(2018-2028年)

5.5.2 韩国市场广告销售额及增长率(2018-2028年)

5.6 东南亚市场广告销量、销售额及增长率

5.6.1 东南亚市场广告销量及增长率(2018-2028年)

5.6.2 东南亚市场广告销售额及增长率(2018-2028年)

5.7 印度市场广告销量、销售额及增长率

5.7.1 印度市场广告销量及增长率(2018-2028年)

5.7.2 印度市场广告销售额及增长率(2018-2028年)

5.8 美国市场广告销量、销售额及增长率

5.8.1 美国市场广告销量及增长率(2018-2028年)

5.8.2 美国市场广告销售额及增长率(2018-2028年)

5.9 欧洲市场广告销量、销售额及增长率

5.9.1 欧洲市场广告销量及增长率(2018-2028年)

5.9.2 欧洲市场广告销售额及增长率(2018-2028年)

6 中国广告细分市场及前景分析

6.1 中国各类型广告销量及市场占比(2018-2028年)

6.1.1 电视广告

6.1.2 报纸和杂志广告

6.1.3

6.2 中国各类型广告销售额及市场占比(2018-2028年)

6.2.1 电视广告

6.2.2 报纸和杂志广告

6.2.3

6.3 中国各类型广告价格变化趋势(2018-2028年)

6.3.1 电视广告

6.3.2 报纸和杂志广告

6.3.2

7 中国广告销量分布状况

7.1 中国六大地区广告销量及市场占比

7.2 中国六大地区广告销售额及市场占比

8 中国广告进出口发展趋势

8.1 中国广告进口市场规模(2018-2028年)

8.2 中国广告出口市场规模(2018-2028年)

9 广告行业发展影响因素分析

9.1 广告技术发展趋势

9.2 国际环境及政策因素

10 研究结论

图表目录

图：广告产品图片

表：广告产业链

表：产品分类及头部企业

表：WPP 广告基本信息介绍、销售区域、竞争对手等

表：WPP 广告产品介绍

表：WPP 广告销量、销售额及价格((2018-2022年))

表：Omnicom Group 广告基本信息介绍、销售区域、竞争对手等

表：Omnicom Group 广告产品介绍

表：Omnicom Group 广告销量、销售额及价格((2018-2022年))

表：Dentsu Inc. 广告基本信息介绍、销售区域、竞争对手等

表：Dentsu Inc. 广告产品介绍

表：Dentsu Inc. 广告销量、销售额及价格((2018-2022年))

表：PublicisGroupe 广告基本信息介绍、销售区域、竞争对手等

表：PublicisGroupe 广告产品介绍

表：PublicisGroupe 广告销量、销售额及价格((2018-2022年))

表：IPG 广告基本信息介绍、销售区域、竞争对手等

表：IPG 广告产品介绍

表：IPG 广告销量、销售额及价格((2018-2022年))

表：Havas SA 广告基本信息介绍、销售区域、竞争对手等

表：Havas SA 广告产品介绍

表：Havas SA 广告销量、销售额及价格((2018-2022年))

表：Focus Media Group 广告基本信息介绍、销售区域、竞争对手等

表：Focus Media Group 广告产品介绍

表：Focus Media Group 广告销量、销售额及价格((2018-2022年))

表：AVIC Culture Co.,Ltd.

... ..

图：全球不同细分应用领域广告销量(2018-2028年)

图：全球广告下游行业分布(2021-2022年)

表：销量及增长率变化趋势(2018-2028年)

图：销量及增长率(2018-2028年)

表：销量及增长率变化趋势(2018-2028年)

图：销量及增长率(2018-2028年)

图：中国不同细分应用领域广告销量(2018-2028年)

图：中国市场广告下游行业分布(2021-2022年)

表：销量及增长率变化趋势(2018-2028年)

图：销量及增长率(2018-2028年)

表：销量及增长率变化趋势(2018-2028年)

图：销量及增长率(2018-2028年)

表：全球广告销量及增长率(2018-2028年)

图：全球广告销量及增长率(2018-2028年)

图：全球广告销量及预测(2018-2028年)

图：全球各类型广告销量占比(2018-2028年)

表：全球各类型广告销售额及市场占比(2018-2028年)

图：全球各类型广告销售额占比(2018-2028年)

表：全球各类型广告价格变化趋势(2018-2028年)

图：全球各类型广告价格变化曲线(2018-2028年)

表：全球广告销量排名前5企业销量及市场占有率 2018

表：全球广告销量排名前5企业销量及市场占有率 2022

图：全球广告头部企业市场占比(2018-2022年)

表：全球广告销售额排名前5企业销售额及市场占有率 2018

表：全球广告销量排名前5企业销售额及市场占有率 2022

图：全球广告头部企业市场占比(2018-2022年)

表：中国广告销量排名前5企业销量及市场占有率 2018

表：中国广告销量排名前5企业销量及市场占有率 2022

图：中国广告头部企业市场占比(2018-2022年)

表：中国广告销售额排名前5企业销售额及市场占有率 2018

表：中国广告销量排名前5企业销售额及市场占有率 2022

图：中国广告头部企业市场占比(2018-2022年)

图：全球主要地区广告产量((2018-2022年))

图：各地区广告产量和销量 2021

表：全球主要地区广告销量占比(2018-2028年)

图：全球主要地区广告销量占比(2018-2028年)

表：全球主要地区广告 销售额占比(2018-2028年)

图：全球主要地区广告销售额占比(2018-2028年)

表：中国市场广告销量及增长率 (2018-2028年)

图：中国广告销量及增长率 (2018-2028年)

表：中国市场广告销售额及增长率 (2018-2028年)

图：中国广告销售额及增长率 (2018-2028年)

表：日本市场广告销量及增长率 (2018-2028年)

图：日本广告销量及增长率 (2018-2028年)

表：日本市场广告销售额及增长率 (2018-2028年)

图：日本广告销售额及增长率 (2018-2028年)

表：韩国市场广告销量及增长率 (2018-2028年)

图：韩国广告销量及增长率 (2018-2028年)

表：韩国市场广告销售额及增长率 (2018-2028年)

图：韩国广告销售额及增长率 (2018-2028年)

表：东南亚市场广告销量及增长率 (2018-2028年)

图：东南亚广告销量及增长率 (2018-2028年)

表：东南亚市场广告销售额及增长率 (2018-2028年)

图：东南亚广告销售额及增长率 (2018-2028年)

表：印度市场广告销量及增长率 (2018-2028年)

图：印度广告销量及增长率 (2018-2028年)

表：印度市场广告销售额及增长率 (2018-2028年)

图：印度广告销售额及增长率 (2018-2028年)

表：美国市场广告销量及增长率 (2018-2028年)

图：美国广告销量及增长率 (2018-2028年)

表：美国市场广告销售额及增长率 (2018-2028年)

图：美国广告销售额及增长率 (2018-2028年)

表：欧洲市场广告销量及增长率 (2018-2028年)

图：欧洲广告销量及增长率 (2018-2028年)

表：欧洲市场广告销售额及增长率 (2018-2028年)

图：欧洲广告销售额及增长率 (2018-2028年)

图：中国各类型广告销量(2018-2028年)

图：中国各类型广告销量占比(2018-2028年)

图：中国各类型广告销售额(2018-2028年)

图：中国各类型广告销售额占比(2018-2028年)

表：中国各类型广告价格变化趋势(2018-2028年)

图：中国各类型广告价格变化曲线(2018-2028年)

表：中国六大地区广告销量及市场占比2021

表：中国六大地区广告销售额及市场占比2021

表：中国广告市场进出口量(2018-2028年)

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

本文地址 : <https://www.51baogao.cn/baogao/20220816/286929.shtml>

在线订购 : [点击这里](#)