

中国广告设计行业市场发展分析及发展趋势与投资研究报告(2026-2031版)

报告简介

随着智能终端设备的普及、移动互联网用户的不断增加以及移动广告营销平台的出现，未来移动互联网广告也将快速发展，基于线上线下互动的媒体也将快速发展。中国的互联网行业已经走过了20年，广告设计行业也随着互联网的飞速发展而突飞猛进。

未来，互联网广告的渠道和媒体资源将不断丰富，以满足不同广告主多元化、定制化的营销需求。未来，互联网广告市场的头部媒体、中长尾媒体平台将拥有广阔的增长空间。同时，利用互联网的优势，在未来，品牌打通线上线下全链条布局营销是双赢的选择。广告是知识、技术、人才密集型的高新技术产业，是市场经济的先导产业，一个国家广告发展水平，体现了其市场繁荣的程度，从而反映出其科技、综合经济实力和社会文化素质。我们身处在一个广告无处不在，无时不有的时空里，感受着广告文明带给我们的冲击与震撼。竞争在这个残酷的社会是我们所有人及公司所面临的问题，如果在想立足于这个社会并且有着长远的发展，创新和发展是必不可少的。广告公司也不列外，所以，正在到来的是一个充满变化的阶段，有很多未知的变量。机会与挑战是并存的，中国的广告业必需重视变化，习惯于在变化中生存，在变化中迎接挑战，寻找机会，创造自己的发展空间。随着疫情的逐步控制，广告主对数字营销趋势的肯定以及疫情引发的线上模式的增加将随之而来，线上广告市场将有所回暖。预计2023年市场规模将达到1143亿元。

本研究咨询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、国家农业农村部、国家商务部、国家发改委、国务院发展研究中心、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，对中国广告设计及各子行业的发展状况、上下游行业发展状况、竞争替代产品、发展趋势、新产品与技术等进行了分析，并重点分析了中国广告设计行业发展状况和特点，以及中国广告设计行业将面临的挑战、企业的发展策略等。报告还对全球的行业发展态势作了详细分析，并对行业进行了趋向研判，是广告设计生产、经营企业，服务、

投资机构等单位准确了解目前广告设计行业发展动态，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

第一章 世界广告设计行业发展情况分析

第一节 世界广告设计行业分析

一、世界广告设计行业特点

二、世界广告设计行业动态

第二节 世界广告设计市场分析

一、世界广告设计消费情况

二、世界广告设计消费结构

第三节 2021-2026年中外广告设计市场对比

第二章 中国广告设计行业供给情况分析 & 趋势

第一节 2021-2026年中国广告设计行业市场供给分析

一、广告设计整体供给情况分析

二、广告设计重点区域供给分析

第二节 广告设计行业供给关系因素分析

一、需求变化因素

二、供给变化状况

三、技术水平提高

四、政策变动因素

第三节 2026-2031年中国广告设计行业市场供给趋势

一、广告设计整体供给情况趋势分析

二、广告设计重点区域供给趋势分析

三、影响未来广告设计供给的因素分析

第三章 信息社会下的广告设计行业宏观经济环境分析

第一节 2021-2026年全球经济环境分析

一、2021-2026年全球经济运行概况

二、2026-2031年全球经济形势预测

第二节 信息时代对全球经济的影响

一、国际信息社会发展趋势及其国际影响

二、对实体经济的影响

第三节 信息时代对中国经济的影响

一、信息时代对中国实体经济的影响

二、信息时代影响下的主要行业

三、中国宏观经济政策变动及趋势

四、2021-2026年中国宏观经济运行概况

五、2026-2031年中国宏观经济趋势预测

第四章 2021-2026年中国广告设计行业发展概况

第一节 2021-2026年中国广告设计行业发展态势分析

第二节 2021-2026年中国广告设计行业发展特点分析

第三节 2021-2026年中国广告设计行业市场供需分析

第五章 2021-2026年中国广告设计行业整体运行状况

第一节 2021-2026年广告设计行业盈利能力分析

第二节 2021-2026年广告设计行业偿债能力分析

第三节 2021-2026年广告设计行业营运能力分析

第二部分 行业发展趋势

第六章 2021-2026年中国广告设计行业竞争情况分析

第一节 广告设计行业经济指标分析

- 一、赢利性
- 二、附加值的提升空间
- 三、进入壁垒/退出机制
- 四、行业周期

第二节 广告设计行业竞争结构分析

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析
- 四、供应商议价能力
- 五、客户议价能力

第三节 2026-2031年中国广告设计行业市场竞争策略展望分析

- 一、广告设计行业市场竞争趋势分析
- 二、广告设计行业市场竞争格局展望分析
- 三、广告设计行业市场竞争策略分析

第七章 2026-2031年广告设计行业投资价值及行业发展预测

第一节 2026-2031年广告设计行业成长性分析

第二节 2026-2031年广告设计行业经营能力分析

第三节 2026-2031年广告设计行业盈利能力分析

第四节 2026-2031年广告设计行业偿债能力分析

第五节 2026-2031年我国广告设计行业总资产预测

第八章 2021-2026年中国广告设计产业行业重点区域运行分析

第一节 2021-2026年华东地区广告设计产业行业运行情况

第二节 2021-2026年华南地区广告设计产业行业运行情况

第三节 2021-2026年华中地区广告设计产业行业运行情况

第四节 2021-2026年华北地区广告设计产业行业运行情况

第五节 2021-2026年西北地区广告设计产业行业运行情况

第六节 2021-2026年西南地区广告设计产业行业运行情况

第七节 2021-2026年东北地区广告设计产业行业运行情况

第八节 主要省市集中度及竞争力分析

第九章 2021-2026年中国广告设计行业重点企业竞争力分析

第一节 思美传媒股份有限公司

一、公司基本情况

二、公司主要财务指标分析

三、公司投资情况

四、公司未来战略分析

第二节 引力传媒股份有限公司

一、公司基本情况

二、公司主要财务指标分析

三、公司投资情况

四、公司未来战略分析

第三节 上海龙韵文创科技集团股份有限公司

- 一、公司基本情况
- 二、公司主要财务指标分析
- 三、公司投资情况
- 四、公司未来战略分析

第四节 北京蓝色光标数据科技股份有限公司

- 一、公司基本情况
- 二、公司主要财务指标分析
- 三、公司投资情况
- 四、公司未来战略分析

第五节 陕西金色西部广告传媒股份有限公司

- 一、公司基本情况
- 二、公司主要财务指标分析
- 三、公司投资情况
- 四、公司未来战略分析

第六节 苏州合展设计营造股份有限公司

- 一、公司基本情况
- 二、公司主要财务指标分析
- 三、公司投资情况
- 四、公司未来战略分析

第七节 南京国广联传媒股份有限公司

- 一、公司基本情况

二、公司主要财务指标分析

三、公司投资情况

四、公司未来战略分析

第八节 天津晓耀广告传播股份有限公司

一、公司基本情况

二、公司主要财务指标分析

三、公司投资情况

四、公司未来战略分析

第九节 上海圣博华康文化创意投资股份有限公司

一、公司基本情况

二、公司主要财务指标分析

三、公司投资情况

四、公司未来战略分析

第十节 江苏文广五十弦文化传播股份有限公司

一、公司基本情况

二、公司主要财务指标分析

三、公司投资情况

四、公司未来战略分析

第十章 2026-2031年中国广告设计行业消费市场分析

第一节 广告设计市场消费需求分析

一、广告设计市场的消费需求变化

二、广告设计行业的需求情况分析

三、2021-2026年广告设计品牌市场消费需求分析

第二节 广告设计消费市场状况分析

一、广告设计行业消费特点

二、广告设计行业消费分析

三、广告设计行业消费结构分析

四、广告设计行业消费的市场变化

五、广告设计市场的消费方向

第三节 广告设计行业产品的品牌市场调查

一、消费者对行业品牌认知度宏观调查

二、消费者对行业产品的品牌偏好调查

三、消费者对行业品牌的首要认知渠道

四、消费者经常购买的品牌调查

五、广告设计行业品牌忠诚度调查

六、广告设计行业品牌市场占有率调查

七、消费者的消费理念调研

第十一章 中国广告设计行业投资策略分析

第一节 2021-2026年中国广告设计行业投资环境分析

第二节 2021-2026年中国广告设计行业投资收益分析

第三节 2021-2026年中国广告设计行业产品投资方向

第十二章 中国广告设计行业投资风险分析

第一节 中国广告设计行业内部风险分析

一、市场竞争风险分析

二、技术水平风险分析

三、企业竞争风险分析

第二节 中国广告设计行业外部风险分析

一、宏观经济环境风险分析

二、行业政策环境风险分析

三、关联行业风险分析

第十三章 广告设计行业发展趋势与投资战略研究

第一节 广告设计市场发展潜力分析

一、市场空间广阔

二、竞争格局变化

三、高科技应用带来新生机

第二节 广告设计行业发展趋势分析

一、品牌格局趋势

二、渠道分布趋势

三、消费趋势分析

第三节 广告设计行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、区域战略规划

四、产业战略规划

五、营销品牌战略

六、竞争战略规划

第十四章 2026-2031年广告设计行业市场策略分析

第一节 广告设计行业营销策略分析及建议

一、广告设计行业营销模式

二、广告设计行业营销策略

三、外销与内销优势分析

第二节 广告设计行业企业经营发展分析及建议

一、广告设计行业经营模式

第三节 多元化策略分析

一、行业多元化策略研究

二、现有竞争企业多元化业务模式

三、上下游行业策略分析

第四节 市场重点客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、重点客户战略管理

四、重点客户管理功能

第十五章 行业发展趋势及投资建议分析

第一节 2026-2031年全国市场规模及增长趋势

第二节 2026-2031年全国投资规模预测

第三节 2026-2031年市场盈利预测

第四节 中国营销企业投资运作模式分析

第五节 项目投资建议

一、项目投资注意事项

二、销售注意事项

图表目录

图表：2021-2026年美国和欧元区通胀率走势

图表：新兴市场资金累计流入量

图表：我国企业垂直行业信息化投融资事件数量(单位：件)

图表：2021-2026年中国gdp增长情况

图表：2021-2026年中国cpi波动情况

图表：2021-2026年中国居民收入情况

图表：2021-2026年中国广告设计销售利润率

图表：2021-2026年我国广告设计行业资产负债比率

图表：2021-2026年我国广告设计行业总资产周转率

图表：2026-2031年广告设计行业总资产周转率预测

图表：2026-2031年广告设计行业利润率预测

图表：2026-2031年广告设计行业负债预测

图表：2026-2031年广告设计行业总资产预测(亿元)

图表：华东地区划分位置图

图表：华南地区划分位置图

图表：华中地区划分位置图

图表：华北地区划分位置图

图表：西北地区划分位置图

图表：西南地区划分位置图

图表：东北地区划分位置图

图表：中国广告设计行业品牌认知度宏观调查

图表：中国广告设计行业品牌偏好调查

图表：中国广告设计行业品牌忠诚度调查

图表：中国广告设计行业消费者消费理念调查

图表：2026-2031年广告设计行业经营收入预测(亿元)

图表：2026-2031年全国广告设计投资规模预测(单位：亿元)

图表：“十四五”时期经济社会发展主要指标

图表：科技前沿领域攻关

图表：国家重大科技基础设施

图表：制造业核心竞争力提升

图表：交通强国建设工程

图表：“十四五”大型清洁能源基地布局示意图

图表：国家水网骨干工程

图表：数字经济重点产业

图表：数字化应用场景

图表：粮食生产功能区和重要农产品生产保护区布局示意图

图表：现代农业农村建设工程

图表：城镇化空间格局示意图

图表：新型城镇化建设工程

图表：京津冀地区轨道交通规划图

图表：粤港澳大湾区轨道交通规划图

图表：长三角地区轨道交通规划图

图表：促进边境地区发展工程

图表：社会主义文化繁荣发展工程

图表：重要生态系统保护和修复重大工程布局示意图

图表：重要生态心态保护和修复工程

图表：环境保护和资源节约工程

图表：教育提质扩容工程

图表：全民健康保障工程

图表：“一老一小”服务项目

图表：社会关爱服务行动

图表：经济安全保障工程

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

报告编号：314375

本文地址：<https://www.51baogao.cn/baogao/20230210/314375.shtml>

在线订购：[点击这里](#)