“十五五”期间中国电视广告行业前景预测及企业战略规划报告——附“十四五”发展回顾

报告简介

“十四五”时期是中国全面建成小康社会、实现第一个百年奋斗目标之后，乘势而上开启全面建设社会主义现代化国家新征程、向第二个百年奋斗目标进军的第一个五年。中国进入新发展阶段，发展基础更加坚实，发展条件深刻变化，进一步发展面临新的机遇和挑战。当前和今后一个时期，中国发展仍然处于重要战略机遇期，但机遇和挑战都有新的发展变化。“十四五”规划的目标完成情况整体呈现积极态势，各项主要指标和任务的进展情况基本符合预期，甚至在部分领域已经取得了显著的成效。尽管“十四五”规划目标完成情况整体良好，但仍面临一些挑战和问题。

“十四五”期间，中国的GDP总量持续上升，增速虽有所波动，但总体保持稳定。2023年国内生产总值1260582亿元，比2022年增长5.2%。2024年前三季度国内生产总值949746亿元，按不变价格计算，同比增长4.8%。在“十四五”期间，中国经济结构不断调整优化，服务业和高技术产业对经济增长的贡献率持续提高。“十五五”规划旨在推进国民经济和社会发展的现代化，加强经济结构调整，提高科技创新能力，以及推进可持续发展等目标。通过该规划的实施，将推动中国向全面建设社会主义现代化国家的目标迈进。

中道泰和通过对电视广告行业长期跟踪监测，分析电视广告行业需求、供给、经营特性、获取能力、产业链和价值链等多方面的内容，整合行业、市场、企业、用户等多层面数据和信息资源，为客户提供深度的电视广告行业研究报告，以专业的研究方法帮助客户深入的了解电视广告行业，发现投资价值和投资机会，规避经营风险，提高管理和运营能力。电视广告行业报告是从事电视广告行业投资之前，对电视广告行业各种相关因素进行具体调查、研究、分析，评估项目可行性、效果效益程度，提出建设性意见建议对策等，是电视广告行业投资决策者和主管机关审批的研究性报告。以阐述对电视广告行业的理论认识为主要内容，重在电视广告行业本质及规律性认识的研究。电视广告行业研究报告持续提供高价

值服务，是企业了解各行业当前最新发展动向、把握市场机会、做出正确投资和明确企业发展方向不可多得的精品资料。

本报告由中道泰和集团下属产业研究院的资深专家和研究人员通过周密的市场调研，参考国家统计局、政府部门机构发布的最新权威数据，并对多位业内资深专家进行深入访谈的基础上，通过相关市场研究的工具、理论和模型撰写而成。本报告总结了“十四五”以来经济与社会发展成就、产业发展规模与经济效益、预测了电视广告行业规划方向机及未来5年行业投资方向；预测并提出了电视广告“十五五”整体规划目标及方向、规划内容的建议等；最后，就电视广告行业“十五五”时期投资机遇、投资风险、投资策略进行了审慎分析。 本报告也可以用于专精特新“小巨人”申请申报。

报告目录

【第一部分：“十四五”规划篇】

第一章 “十四五”规划背景研究

第一节 “十四五”规划的八大焦点

一、我国经济社会的主要矛盾和关键指标

二、各地区经济转型和结构性矛盾

三、宏观环境和开放机制

四、产业发展与生态保护

五、乡村振兴与可持续发展

六、教育文化与健康医疗

七、公共服务和兜底保障

八、科技创新与高质量发展

第二节 “十五五”规划前期重大课题研究

一、“十五五”经济及产业发展进展

二、中国区域经济大格局及其发展态势

三、“十五五”宏观经济形势研究

四、“十五五”社会环境发展研究

五、“十五五”国家及地方规划前期课题研究

第三节 “十五五”规划发展任务与规划建议

一、关于制定国民经济和社会发展第十五个五年规划的建议

二、“十五五”时期推进供给侧结构性改革的重点任务

第四节 中道泰和：“十五五”规划的综合研究结论

一、中长期规划特别是“十五五”规划的重要性

二、“十五五”规划具有里程碑意义

三、“十五五”规划的机遇与挑战

四、“十五五”规划的重点与难点

第二章 国家“十四五”规划研究及解读

第一节 “十四五”规划研究背景

一、五年规划发展历程

二、中国改革开放成果

三、“十四五”以来发展成果

四、新时期五年规划制定背景

第二节 “十五五”规划发展方向研究

一、“十五五”规划期电视广告行业发展方向

二、“十五五”规划期电视广告行业发展动态

三、2025年电视广告行业发展动向分析

【第二部分：行业发展篇】

第三章 基于pest模型的电视广告行业发展环境分析

第一节 政策环境分析

一、行业政策要素分析

二、行业相关政策规范

1、行业基本标准

2、行业管理规范

3、行业重点政策解读

三、行业相关政策及规划

四、政策环境对行业的作用及影响

第二节 经济环境分析

一、中国gdp走势分析

二、中国投资景气度研究

三、中国进出口状况及形势

四、中国固定资产投资增速

五、中国居民收入与支出情况

六、经济环境对行业的影响分析

第三节 社会环境分析

一、社会环境分析

1、人口因素

2、自然环境

二、“十四五”以来社会环境的变化

三、社会环境对行业的作用及其影响

第四节 技术环境分析

一、电视广告技术发展概况

二、电视广告研发投入情况

三、电视广告主要技术进展

四、行业技术趋势分析

五、电视广告技术发展的影响

第四章 “十四五”时期以来电视广告行业运行现状分析

第一节 “十四五”全球电视广告行业发展状况分析

一、2025年全球电视广告行业发展规模

二、2025年全球电视广告行业区域格局

三、全球电视广告行业未来趋势预测

四、全球电视广告行业主要企业动向

第二节 “十四五”中国电视广告行业发展状况分析

一、中国电视广告行业发展阶段

二、中国电视广告行业发展总体概况

三、中国电视广告行业发展特点分析

四、中国电视广告行业盈利模式分析

第三节 “十四五”电视广告行业发展现状

一、中国电视广告行业市场规模分析

二、中国电视广告行业发展现状分析

三、中国电视广告市场运行情况分析

【第三部分：行业格局篇】

第五章 “十四五”时期电视广告行业区域格局发展分析

第一节 华北地区

1、区域政策分析

2、市场供需格局

3、区域发展形势

第二节 华东地区

1、区域政策分析

2、市场供需格局

3、区域发展形势

第三节 华中地区

1、区域政策分析

2、市场供需格局

3、区域发展形势

第四节 华南地区

1、区域政策分析

2、市场供需格局

3、区域发展形势

第五节 西南地区

1、区域政策分析

2、市场供需格局

3、区域发展形势

第六节 西北地区

1、区域政策分析

2、市场供需格局

3、区域发展形势

第七节 东北地区

1、区域政策分析

2、市场供需格局

3、区域发展形势

第六章 “十四五”时期电视广告行业竞争格局分析

第一节 行业总体市场竞争状况分析

一、电视广告行业不同市场竞争结构特点

二、电视广告行业企业竞争比较分析

三、电视广告行业企业间竞争格局分析

四、电视广告行业集中度分析

五、电视广告行业swot分析

第二节 中国电视广告行业竞争格局综述

一、电视广告行业竞争概况

1、中国电视广告行业品牌竞争格局

2、电视广告业未来竞争格局和特点

3、电视广告市场进入及竞争对手分析

二、中国电视广告行业竞争力分析

1、中国电视广告行业竞争力剖析

2、中国电视广告企业市场竞争的优势

3、电视广告行业主要企业竞争力分析

第三节 电视广告行业竞争格局分析

一、国内外企业电视广告竞争分析

二、中国电视广告市场竞争分析

三、国内主要电视广告企业动向

第四节 电视广告市场竞争策略分析

一、行业竞争策略研究

二、企业的有效竞争策略

三、行业竞争策略案例

【第四部分：行业战略篇】

第七章 “十五五”电视广告行业投资规划与发展战略

第一节 电视广告行业投融资情况

一、电视广告行业资金渠道分析

二、电视广告行业固定资产投资

三、电视广告行业重组情况分析

四、电视广告行业投资现状分析

第二节 2026-2030年电视广告行业投资机会

一、电视广告产业链投资机会

二、电视广告重点区域投资机会

第三节 2026-2030年电视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

第八章 “十五五”电视广告行业前景及趋势预测

第一节 电视广告行业五年规划现状及未来预测

一、“十四五”期间电视广告规划目标完成情况

二、“十四五”期间电视广告行业主要发展成果

三、“十四五”时期电视广告行业重要事件动态

第二节 2026-2030年电视广告市场发展前景

一、2026-2030年电视广告市场发展潜力

二、2026-2030年电视广告市场发展前景展望

第三节 2026-2030年电视广告市场发展趋势预测

一、2026-2030年电视广告行业发展趋势预测

二、2026-2030年电视广告行业市场规模预测

三、2026-2030年电视广告行业应用趋势预测

第九章 “十五五”规划指导电视广告行业企业战略方向研究

第一节 企业战略规划的重要性

一、企业发展战略本质特征

二、企业战略规划对未来发展的影响

三、企业战略对品牌发展的影响

四、企业把握国家规划机遇期

五、“十五五”规划符合集团型战略特征

第二节 电视广告行业企业战略规划方向研究

一、“十五五”电视广告行业企业战略调查

二、“十五五”企业核心战略制定

三、“十五五”发展战略规划的准备

四、构建型“十五五”规划企业发展战略

五、“十五五”规划中的企业战略选择

第三节 电视广告行业战略实施案例及方向研究

一、“十五五”时期领先企业的战略实施

二、“十五五”时期企业战略实施的成功案例

三、“十五五”时期企业战略目标与方向

图表目录

图表：电视广告行业生命周期

图表：电视广告行业产业链结构图

图表：电视广告行业主要政策一览

图表：新中国70年十三个五年规划回顾

图表：“十四五”电视广告行业发展目标完成值

图表：2023-2025年全球电视广告行业市场规模

图表：2023-2025年中国电视广告行业市场规模

图表：中国电视广告市场占全球份额比较

图表：2023-2025年电视广告行业华北地区供需格局

图表：2023-2025年电视广告行业华中地区供需格局

图表：2023-2025年电视广告行业华南地区供需格局

图表：2023-2025年电视广告行业华东地区供需格局

图表：2023-2025年电视广告行业东北地区供需格局

图表：2023-2025年电视广告行业西南地区供需格局

图表：2023-2025年电视广告行业西北地区供需格局

图表：2020-2025年电视广告行业收入总计

图表：2023-2025年电视广告行业利润分析

图表：2020-2025年电视广告行业资产总计

图表：2020-2025年电视广告行业负债总计

图表：2023-2025年电视广告行业上市公司业务收入情况

图表：2023-2025年电视广告行业上市公司业务成本情况

图表：2023-2025年电视广告行业上市公司净利润统计

图表：2023-2025年电视广告行业上市公司偿债能力分析

图表：2026-2030年电视广告行业市场规模预测

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：4040747

本文地址：https://www.51baogao.cn/baogao/20251029/4040747.shtml

在线订购：点击这里