

## 2026-2031年中国智能广告行业市场全局调研与竞争格局深度分析报告

### 报告简介

《报告》显示，2025年全国广告业发展指数达到143.3点，同比增长11.6%。从规模体量看，广告业实现了跨越式增长。2025年广告业务收入达到20502.1亿元，较上年增长32.6%，首次站上两万亿元台阶，“十四五”期间行业规模实现翻番，年均复合增速达16.8%，市场规模稳居全球第二位。

人工智能迈入应用爆发期，从辅助内容生产的效率工具演变为驱动行业增长的新型基础设施。广告产业作为国民经济的重要组成部分，对经济增长和消费拉动具有显著乘数效应，我国数字广告渗透率更是位居全球前列。

从全球来看，谷歌、Meta、腾讯、快手等平台企业和众多广告代理、广告公司、广告主都在积极拥抱“人工智能+”浪潮。当前，AI已经激活数字广告创意生产、智能投放等环节效能。在广告素材生产环节，生成式人工智能正从辅助工具进化为核心生产力，从文案构思到视觉呈现全过程被AI提效显著。

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、国家商务部、国家广电总局、互联网广告协会、腾讯研究院、各大平台公开投放数据、头部营销集团财报，完整拆解智能广告全产业链、细分赛道、国内外出海市场、区域产业集群、头部平台与服务商竞争格局，量化预测市场规模、技术迭代、政策影响、投资机遇，是品牌方、传媒集团、创投机构、户外广告企业战略研判核心材料。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 行业发展综述

##### 第一章 智能广告行业发展概述

###### 第一节 智能广告行业概述

###### 一、智能广告的定义

## 二、智能广告专业分类

## 三、智能广告核心优势

## 四、智能广告产业完整发展历程

## 五、智能广告所属数字经济赛道战略定位

### 第二节 中国智能广告行业发展综述

#### 一、智能广告全渠道应用场景划分

#### 二、ai创意、智能投放、数据归因各环节产业价值

#### 三、发展智能广告的经济与数字化战略意义

#### 四、大模型迭代对广告素材、投放逻辑技术迭代要求

### 第三节 智能广告产业链概述与发展环境

#### 一、产业链上游发展分析

#### 二、产业链中游发展分析

#### 三、产业链下游发展分析

## 第二章 中国智能广告行业发展环境分析

### 第一节 全球经济环境分析

#### 一、全球品牌营销开支、跨境电商广告景气度

#### 二、海外平台智能投放工具贸易、跨境数据监管环境

#### 三、全球ai营销布局对国内出海广告影响

### 第二节 中国宏观经济环境分析

#### 一、居民消费、品牌企业营销预算运行数据

#### 二、数字经济、人工智能产业固定资产投资解读

#### 三、线上线下零售产业投放投入情况

#### 四、宏观消费周期对广告预算综合影响

### 第三节 社会环境分析

- 一、大数据算法、ai创意、投放运营人才供给现状
- 二、企业数字化营销普及社会导向
- 三、用户隐私、个人信息保护监管社会诉求
- 四、短视频、线下智慧屏普及带来广告消费习惯变化

### 第四节 智能广告政策环境分析

- 一、数字广告、生成式 ai 顶层扶持法规
- 二、个人信息保护、互联网广告监管政策
- 三、户外智慧屏、跨境出海广告监管细则
- 四、“十五五”数字文创、人工智能产业规划解读

### 第五节 智能广告行业技术环境分析

- 一、文生视频、数字人、多模态广告生成技术现状
- 二、用户画像、程序化竞价、智能归因技术发展现状
- 三、线下屏幕ai识别、客流分析技术落地情况
- 四、行业ai营销专利国内外分布格局
- 五、中长期多模态广告、全域智能投放技术攻关方向

## 第三章 全球智能广告行业发展现状分析

### 第一节 全球智能广告行业发展分析

- 一、全球智能广告行业概况、核心行业特征
- 二、全球互联网平台布局对智能投放需求拉动
- 三、全球智能广告中长期整体发展趋势

## 第二节 全球智能广告市场分析

- 一、全球市场结构(区域、渠道、投放类型)
- 二、全球智能广告整体市场规模、年度增速
- 三、全球头部投放平台、服务商市场份额格局

## 第三节 主要国家 / 地区智能广告市场分析

- 一、美国市场(meta、谷歌 ai 投放生态、品牌需求)
- 二、欧洲市场(数据合规约束下智能广告发展)
- 三、东南亚跨境电商智能投放增量潜力
- 四、日韩本地 ai 广告工具、品牌营销现状
- 五、中东拉美出海智能广告需求空间

## 第四节 国内外智能广告行业对比分析

- 一、ai 创意、全域投放技术成熟度对比
- 二、核心指标：市场规模、ai 素材渗透率、出海占比
- 三、线上线下配套基础设施差距对比
- 四、算法、创意人才体系对比
- 五、投放分成、代运营盈利模式对比

## 第二部分 行业运行现状

### 第四章 中国智能广告行业运行现状分析

#### 第一节 中国智能广告行业发展状况分析

- 一、国内智能广告行业概况及特征
- 二、行业现存痛点及应对对策
- 三、智能广告行业主流商业模式

## 第二节 智能广告行业发展现状分析

- 一、全行业ai营销平台、智慧屏项目整体投资规模
- 二、分赛道市场规模、年度增速拆解
- 三、ai创意素材渗透率、企业智能化投放普及率统计
- 四、全行业广告主年度投放预算总规模测算
- 五、上游大模型、智能硬件配套市场运行情况

## 第三节 中国智能广告行业企业发展分析

- 一、平台、营销服务商、屏幕厂商总量、增减变化
- 二、大型集团、中小服务商规模结构
- 三、互联网、传媒、硬件、民营所有制结构

## 第四节 中国智能广告行业财务指标分析

- 一、行业毛利率、净利率、营销收入增速盈利能力
- 二、预收广告费、渠道应收款周转营运能力
- 三、平台重资产、服务商轻资产偿债指标对比
- 四、经营性现金流、长期成长综合判断

## 第五章 中国智能广告行业供需形势分析

### 第一节 中国智能广告行业供给分析

- 一、全域智能投放平台有效供给数量
- 二、中国智能广告行业分赛道供给格局
- 三、海外投放工具、海外代运营服务供给规模
- 四、头部平台、营销集团市场占比分析
- 五、ai创意外包、硬件外协配套供给约束

## 第二节 中国智能广告行业需求分析

一、电商、快消线上智能投放总预算规模

二、汽车、地产、本地生活品牌投放需求

三、跨境电商出海智能广告增量测算

四、新增线下商圈智慧屏带来广告增量

## 第三节 中国智能广告行业供需平衡分析

一、优质 ai 创意、全域一体化服务供需缺口梳理

二、线上线下分赛道供需错配情况

三、海外投放服务商对跨境需求补充作用

四、短期、中期行业供需矛盾演变预判

## 第三部分 行业细分市场分析

### 第六章 智能广告细分品类市场分析

#### 第一节 线上程序化智能广告市场

一、搜索/社交/短视频智能竞价广告

二、直播ai素材、智能千川投放市场前景

三、私域智能自动营销广告赛道潜力

#### 第二节 aigc创意智能广告市场

一、ai图文广告、ai短视频广告市场规模

二、数字人代言广告、虚拟直播间投放格局

三、多模态广告工具付费客户结构

#### 第三节 线下户外智能广告市场

一、商圈智慧大屏、社区智能屏广告市场

## 二、公交 / 地铁ai客流分析广告细分赛道

## 三、园区、楼宇智能广告发展空间

## 第四节 跨境出海智能广告市场

### 一、tiktok、meta海外智能投放需求规模

### 二、跨境电商专属ai营销服务商格局

### 三、多语言ai广告素材增量前景

## 第七章 智能广告下游广告主细分市场分析

### 第一节 电商快消行业智能广告市场

#### 一、电商行业投放预算现状、智能投放渗透率

#### 二、直播短视频ai素材使用结构

#### 三、平台投放、服务商合作模式

### 第二节 汽车、地产大宗消费广告市场

#### 一、品牌全域智能营销需求特点

#### 二、线下大屏+线上联动投放策略

### 第三节 本地生活、教育培训广告市场

#### 一、同城智能精准投放需求规模

#### 二、小额商家智能化投放痛点与机会

### 第四节 跨境、政企品牌其他广告市场

#### 一、跨境电商出海投放预算规模

#### 二、城市文旅、政企宣传智能广告需求

## 第四部分 行业竞争格局

## 第八章 智能广告行业竞争形势分析

## 第一节 行业总体市场竞争状况分析

### 一、波特五力模型分析

- 1、现有平台、营销服务商竞争格局
- 2、潜在进入者壁垒(算法、数据、媒体渠道、资质)
- 3、替代品威胁：传统人工广告、线下纸质媒介
- 4、上游大模型、硬件供应商议价能力
- 5、下游品牌广告主议价能力

### 二、智能广告行业 swot 综合分析

- 1、行业发展优势(s)
- 2、行业发展劣势(w)
- 3、行业发展机遇(o)
- 4、行业发展威胁(t)

## 第二节 智能广告行业竞争格局分析

- 一、头部流量平台 vs 独立服务商分层竞争格局
- 二、渠道维度竞争：线上 ai 广告 vs 线下智慧屏
- 三、技术维度竞争：自研大模型 vs 第三方工具采购

## 第三节 智能广告行业集中度分析

- 一、国内 cr3/cr5 市场投放规模集中度
- 二、头部媒体平台品牌集中度
- 三、华东华南消费城市区域集中度

## 第四节 行业并购重组分析

- 一、近三年传媒、ai 营销企业并购案例

二、互联网集团收购营销公司核心动因

三、并购数据合规、业务整合风险分析

四、2026-2031年产业整合趋势预判

## 第九章 智能广告行业区域市场分析

### 第一节 华北地区市场分析

一、2023-2025年区域行业发展现状

二、本地传媒集团、政企品牌投放规模

三、区域政策、数字营销产业规划

### 第二节 华东地区市场分析

一、2023-2025年区域行业发展现状

二、电商、快消品牌集中投放体量

三、ai 营销服务商集群分布

### 第三节 华南地区市场分析

一、2023-2025年区域行业发展现状

二、跨境电商出海智能广告优势

三、线下商圈智慧屏布局规模

### 第四节 华中地区市场分析

一、2023-2025年区域行业发展现状

二、本地生活、教育广告需求配套

### 第五节 西南地区市场分析

一、2023-2025年区域行业发展现状

二、文旅城市智能宣传广告布局特点

## 第六节 西北地区市场分析

### 一、2023-2025年区域行业发展现状

### 二、县域线下智能屏投放发展空间

## 第七节 东北地区市场分析

### 一、2023-2025年区域行业发展现状

### 二、传统零售广告数字化转型进度

## 第十章 智能广告行业重点企业分析

### 第一节 海外头部智能投放平台

#### 一、meta

#### 二、谷歌google ads

#### 三、tiktok海外

### 第二节 国内头部流量平台企业

#### 一、字节跳动

#### 二、阿里巴巴

#### 三、腾讯广告

#### 四、百度智能营销

### 第三节 国内头部营销服务商、智慧屏企业

#### 一、蓝色光标：出海ai广告、全案营销能力

#### 二、分众传媒：线下楼宇智能屏客流分析广告

#### 三、三人行：政企、汽车智能投放服务商

#### 四、各类aigc广告工具专精企业

## 第五部分 投资发展前景

## 第十一章 2026-2031 年智能广告行业投资发展前景

### 第一节 2026-2031年智能广告行业发展前景分析

- 一、行业整体长期增长潜力综合评估
- 二、ai创意、出海赛道成长空间
- 三、线上线下细分差异化前景
- 四、中小企业数字化营销长期拉动效应

### 第二节 2026-2031年智能广告行业发展预测

- 一、行业整体市场规模五年预测
- 二、ai广告素材渗透率逐年预测
- 三、行业头部集中度演变预测
- 四、线上/线下/出海分赛道规模预测
- 五、海外投放业务增速预测

### 第三节 2026-2031年智能广告行业核心发展趋势

- 一、智能广告行业技术趋势
- 二、智能广告行业渠道趋势
- 三、智能广告行业竞争趋势

## 第十二章 2026-2031 年智能广告行业投资机会与风险防范

### 第一节 智能广告行业投资特性分析

- 一、行业进入壁垒
- 二、行业盈利周期
- 三、主流盈利模式

### 第二节 2025-2026 年智能广告行业投融资情况

一、行业整体投融资规模、热度趋势

二、行业资金主要投向

三、近一年并购典型案例

四、当下热门投资赛道

### 第三节 2026-2031年细分投资机会

一、上游：多模态 ai 广告生成工具投资机会

二、中游：出海跨境智能投放服务商机会

三、下游：城市商圈智慧屏运营赛道机会

四、重点投资区域(华东华南电商集群)

五、增量赛道：数字人广告、本地生活智能投放

### 第四节 智能广告行业投资风险及防范

一、政策风险：个人信息、广告监管新规变动

二、技术风险：大模型迭代、工具快速替代

三、市场风险：流量成本持续上涨、行业内卷

四、合规风险：用户数据、ai素材版权纠纷

五、客户风险：品牌营销预算收缩、账期拉长

六、海外地缘、平台政策出海风险

七、人才流失、创意产能不足风险

### 第五节 智能广告行业投资战略及建议

一、2026-2031年中长期整体投资战略

二、智能广告行业投资方式

三、智能广告行业细分赛道投资建议

#### 四、企业客户、数字化经营建议

### 第六部分 发展战略研究

## 第十三章 智能广告行业发展存在的问题及解决对策

### 第一节 智能广告行业发展主要问题分析

- 一、用户数据采集、存储合规约束持续收紧
- 二、ai广告素材版权界定模糊，侵权风险高
- 三、中小商家预算有限，智能化渗透率偏低
- 四、线上线下投放数据割裂，全域归因不足
- 五、行业低价内卷，中小服务商利润微薄
- 六、复合型算法+营销人才缺口较大

### 第二节 行业问题综合解决对策

- 一、搭建隐私计算平台，合规使用用户标签数据
- 二、建立商用ai素材版权素材库，规范授权
- 三、推出轻量化低价智能投放套餐覆盖小微企业
- 四、研发全域数据打通投放系统，统一效果归因
- 五、推动差异化全案服务，低价低端产能出清
- 六、校企共建算法营销复合人才培养体系

## 第十四章 智能广告行业发展战略研究

### 第一节 智能广告行业竞争策略研究

- 一、细分行业品牌差异化投放策略
- 二、自研aigc工具技术创新壁垒策略
- 三、线上线下全域一体化服务策略

#### 四、出海跨境渠道深耕布局策略

#### 五、中小商家下沉市场扩张策略

### 第二节 行业销售渠道与合作模式分析

#### 一、大型品牌年度全案代理合作模式

#### 二、平台官方渠道分销服务商模式

#### 三、商圈物业智慧屏共建分成模式

#### 四、跨境电商平台联合投放合作模式

### 第三节 智能广告行业整体发展战略

#### 一、企业中长期全域营销综合规划

#### 二、aigc广告工具知识产权战略

#### 三、线上线下业务协同升级战略

#### 四、国内消费市场分层布局战略

#### 五、出海跨境业务拓展战略

#### 六、全链路数据合规经营战略

### 图表目录

图表：智能广告产业链全景图

图表：智能广告四大细分赛道市场占比饼图

图表：2023-2025年国内智能广告市场规模走势图

图表：线上/线下/出海广告收入拆分图

图表：头部投放平台市场份额对比图

图表：智能广告行业波特五力模型图

图表：智能广告行业swot分析矩阵图

图表：国内cr5市场集中度历年变化

图表：ai素材渗透率年度增长曲线

图表：分行业广告主投放规模对比表

图表：国内七大区域市场规模对比

图表：线上流量成本历年变化趋势图

图表：aigc广告工具成本收益测算表

图表：出海智能广告需求区域分布图

图表：ai成为新型超级入口、重塑广告形态

图表：2026-2031年智能广告行业市场规模预测

图表：智能广告行业头部企业经营财务指标对比表

图表：数字人广告应用场景示意图

图表：全域智能投放系统架构图

图表：跨境电商投放增长测算表

图表：国内数字广告相关政策汇总清单

图表：线下商圈屏幕区域分布图

图表：智能广告行业行业固定资产投资

图表：多模态广告技术迭代路线图

图表：中小企业智能投放渗透率预测

图表：海外平台投放规则对比表

图表：政企文旅智能广告需求规模

图表：ai 创意工具市场规模走势

图表：广告主投放周期统计图

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)

报告编号：4068617

本文地址：<https://www.51baogao.cn/baogao/20260703/4068617.shtml>

在线订购：[点击这里](#)