

# 2020-2026年中国包装广告 市场运行态势及投资前景趋势预测报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2020-2026年中国包装广告市场运行态势及投资前景趋势预测报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/201910/144845.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

## 二、说明、目录、图表目录

报告目录：

### 第一章 包装广告行业发展概述

#### 第一节 广告简介

一、广告的概念

二、广告的本质特点和要素

三、广告的分类和主要形式

四、广告媒体简介

#### 第二节 包装广告

一、包装广告的概念

二、包装广告的划分

三、包装广告的主要功能

四、包装广告媒体

五、包装广告的特征

### 第二章 国外广告行业发展分析

#### 第一节 世界广告行业发展概况

一、2015-2017年全球广告经营状况

二、2015-2017年世界广告业排名状况分析

三、2015-2017年世界广告业发展状况

#### 第二节 2015-2017年世界广告业发展状况分析

一、2015-2017年世界广告业发展规模分析

二、2015-2017年世界广告业发展特点分析

三、2015-2017年世界广告发展存在的问题

四、2015-2017年世界广告企业竞争分析

#### 第三节 全球广告市场分析

一、全球广告市场格局分析

二、2015-2017年戛纳广告节的开展情况

三、2015-2017年全球广告支出情况分析

四、2015-2017年全球包装广告开支额

五、2015-2017年欧债危机对广告行业的冲击

## 六、2020-2026年中国对全球广告市场的贡献

### 第四节 2020-2026年世界广告业发展趋势分析

#### 一、世界广告发展新趋势变化

#### 二、包装广告发展前景分析

#### 三、2019年全球广告支出增长预测

#### 四、2015-2017年全球广告预算情况

#### 五、2020-2026年广告行业发展前景

## 第三章 世界包装广告业发展分析

### 第一节 2015-2017年世界包装广告业发展分析

#### 一、2015-2017年美国包装广告业发展分析

#### 二、2015-2017年日本包装广告业发展分析

#### 三、2015-2017年俄罗斯包装广告业发展分析

### 第二节 2015-2017年世界包装广告市场需求分析

#### 一、2015-2017年世界包装广告市场需求量分析

#### 二、2015-2017年世界包装广告策划分析

#### 三、2015-2017年国外企业进军中国市场情况

#### 四、2015-2017年世界包装广告业竞争分析

### 第三节 2020-2026年世界包装广告市场发展趋势分析

## 第四章 我国广告行业发展现状

### 第一节 中国广告行业综合状况分析

#### 一、中国本土广告业发展现状

#### 二、中国广告产业在外资重压下发展

#### 三、中国本土广告公司的swot分析

#### 四、国家政策促进广告业发展

### 第二节 我国广告市场发展分析

#### 一、2015-2017年中国广告发展现状

#### 二、2015-2017年内地广告市场规模分析

#### 三、2015-2017年中国广告市场价值分析

#### 四、2017年中国广告市场的投放额

#### 五、2017年广告行业人才供求情况

## 六、2017年广告市场面临的挑战

### 第三节 我国广告市场规范情况

- 一、2017年中国查处广告行业案件情况
- 二、2017年广告业存在的主要问题探讨
- 三、2017年中国广告行业新的自律规则
- 四、2017年广告行业结盟维护创意版权

## 第五章 我国包装广告行业发展分析

### 第一节 中国包装广告行业概况

- 一、中国包装广告发展历程
- 二、中国包装广告的产品类别
- 三、中国的包装广告产业的整合分析
- 四、跨行业合作形势下包装广告的优势

### 第二节 中国包装广告市场发展现状

- 一、包装广告的投放特点
- 二、包装广告对用户消费的影响
- 三、包装广告发展形式分析
- 四、包装广告规范情况分析

### 第三节 包装广告市场空间分析

- 一、2017年中国包装广告市场规模
- 二、2017年酒类包装广告市场规模
- 三、2019年包装广告市场规模预测

### 第四节 中国包装广告的相关政策分析

- 一、法律因素在包装广告发展中的作用
- 二、包装广告在高速发展中趋于健全规范
- 三、包装广告规范与发展的法律策略分析

## 第六章 中国包装广告受众及投放分析

### 第一节 包装广告的投放原因及特点

- 一、投放包装广告的原因
- 二、包装广告在广告媒体中的地位
- 三、包装广告接受度情况分析

#### 四、制约包装广告发展的瓶颈

##### 第二节 包装广告受众分析

一、受众接触包装广告的黄金时间

二、受众最感兴趣的广告形式

三、受众最感兴趣的广告内容

##### 第三节 影响包装广告投放的要素分析

一、影响包装广告投放宏观因素分析

二、吸引受众的最重要的要素

三、消费热点决定记忆程度

#### 第七章 包装广告效果影响因素分析

##### 第一节 包装广告投放效果的影响因素

一、广告环境

二、广告创意

三、广告投放时机

##### 第二节 体现广告价值的重要指标

一、发行量

二、到达率

三、目标受众特征

四、目标受众消费形态和生活形态

五、目标受众交叉重叠和千人成本

##### 第三节 包装广告的投放

一、确定战略目标

二、选择户外媒体的因素

三、准确定位目标市场

四、确定理想发布数量

五、预测发布效果

六、监测投放效果

##### 第四节 包装广告的配合策略

一、广告目的的配合

二、广告策略的配合

三、广告排期的配合

#### 四、广告位置的配合

#### 第五节 广告主媒体投放新趋势分析

- 一、经济形势好转带动投放热情
- 二、媒体选择更加注重投放效益
- 三、营销传播手段向终端和---倾斜
- 四、媒体组合策略强调精准化
- 五、行业广告投放与消费格局紧密联动
- 六、生活必需品行业投放平稳上升
- 七、高生活品质行业投放在低段位小幅爬升
- 八、广告投放更需敏锐且理性

#### 第八章 中国包装广告市场竞争分析

##### 第一节 2017年中国各种广告形式市场竞争综合分析

- 一、2017年包装广告与传统广告行业竞争分析
- 二、2017年新媒体对包装广告的压力
- 三、2017年中国广告业界软硬广告竞争分析

##### 第二节 2017年中国包装广告业竞争状况分析

- 一、2017年中国包装广告品牌竞争分析
- 二、2017年中国包装广告价格竞争分析
- 三、2017年中国包装广告竞争战略分析

#### 第九章 包装广告企业竞争策略分析

##### 第一节 包装广告市场竞争策略分析

- 一、2017年包装广告市场增长潜力分析
- 二、2017年包装广告主要潜力品种分析
- 三、现有包装广告产品竞争策略分析
- 四、潜力包装广告品种竞争策略选择
- 五、典型企业产品竞争策略分析

##### 第二节 包装广告企业竞争策略分析

- 一、欧债危机对包装广告行业竞争格局的影响
- 二、欧债危机后包装广告行业竞争格局的变化
- 三、2020-2026年我国包装广告市场竞争趋势

- 四、2020-2026年包装广告行业竞争格局展望
- 五、2020-2026年包装广告行业竞争策略分析
- 六、2020-2026年包装广告企业竞争策略分析

## 第十章 包装广告重点企业竞争分析

### 第一节 北京共升传媒广告有限责任公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2015-2017年经营状况
- 四、2020-2026年发展战略

### 第二节 北京兴远时代广告设计有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2015-2017年经营状况
- 四、2020-2026年发展战略

### 第三节 武汉至和彩印包装广告有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2015-2017年经营状况
- 四、2020-2026年发展战略

### 第四节 上海三人行包装策划有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2015-2017年经营状况
- 四、2020-2026年发展战略

### 第五节 ego意格品牌策划

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2015-2017年经营状况
- 四、2020-2026年发展战略

### 第六节 天津市广告公司

- 一、企业概况



## 二、竞争优势分析

## 三、2015-2017年经营状况

## 四、2020-2026年发展战略

### 第七节 北京正邦品牌设计公司

#### 一、企业概况

#### 二、竞争优势分析

#### 三、2015-2017年经营状况

#### 四、2020-2026年发展战略

### 第八节 深圳朗图企业形象设计有限公司

#### 一、企业概况

#### 二、竞争优势分析

#### 三、2015-2017年经营状况

#### 四、2020-2026年发展战略

### 第九节 北京早晨设计顾问有限公司

#### 一、企业概况

#### 二、竞争优势分析

#### 三、2015-2017年经营状况

#### 四、2020-2026年发展战略

### 第十节 深圳韩家英设计公司

#### 一、企业概况

#### 二、竞争优势分析

#### 三、2015-2017年经营状况

#### 四、2020-2026年发展战略

## 第十一章 包装广告行业发展趋势分析

### 第一节 中国广告行业发展趋势分析

#### 一、中国广告业发展新动向

#### 二、2017年中国广告市场趋势解析

#### 三、2020-2026年中国广告行业发展前景

#### 四、2017年中国对全球广告市场的推动

#### 五、2017年中国广告市场发展新媒体趋势

### 第二节 中国包装广告市场趋势前景分析

## 第十二章 未来包装广告行业发展预测

### 第一节 2020-2026年国际包装广告市场预测

- 一、2020-2026年全球包装广告行业供给预测
- 二、2020-2026年全球包装广告市场需求前景
- 三、2020-2026年全球包装广告市场价格预测

### 第二节 2020-2026年国内包装广告市场预测

- 一、2020-2026年国内包装广告行业供给预测
- 二、2020-2026年国内包装广告行业规模预测
- 三、2020-2026年国内包装广告市场需求前景
- 四、2020-2026年国内包装广告市场价格预测
- 五、2020-2026年国内包装广告行业集中度预测

## 第十三章 包装广告行业投资现状分析

### 第一节 2015-2017年包装广告行业投资情况分析

- 一、2015-2017年总体投资及结构
- 二、2015-2017年投资规模情况
- 三、2015-2017年投资增速情况
- 四、2015-2017年分行业投资分析
- 五、2015-2017年分地区投资分析
- 六、2015-2017年外商投资情况

## 第十四章 包装广告行业投资环境分析

### 第一节 经济发展环境分析

- 一、2015-2017年我国宏观经济运行情况
- 二、2020-2026年我国宏观经济形势分析
- 三、2020-2026年投资趋势及其影响预测

### 第二节 政策法规环境分析

- 一、2017年包装广告行业政策环境
- 二、2017年国内宏观政策对其影响
- 三、2017年行业产业政策对其影响

### 第三节 社会发展环境分析

- 一、国内社会环境发展现状
- 二、2017年社会环境发展分析
- 三、2020-2026年社会环境对行业的影响分析

## 第十五章 包装广告行业投资机会与风险

### 第一节 包装广告行业投资效益分析

- 一、2015-2017年包装广告行业投资状况分析
- 二、2015-2017年包装广告行业投资效益分析
- 三、2020-2026年包装广告行业投资趋势预测
- 四、2020-2026年包装广告行业的投资方向
- 五、投资建议
- 六、新进入者应注意的障碍因素分析

### 第二节 影响包装广告行业发展的主要因素

- 一、2020-2026年影响包装广告行业运行的有利因素分析
- 二、2020-2026年影响包装广告行业运行的稳定因素分析
- 三、2020-2026年影响包装广告行业运行的不利因素分析
- 四、2020-2026年我国包装广告行业发展面临的挑战分析
- 五、2020-2026年我国包装广告行业发展面临的机遇分析

### 第三节 包装广告行业投资风险及控制策略分析

- 一、2020-2026年包装广告行业市场风险及控制策略
- 二、2020-2026年包装广告行业政策风险及控制策略
- 三、2020-2026年包装广告行业经营风险及控制策略
- 四、2020-2026年包装广告行业技术风险及控制策略
- 五、2020-2026年包装广告同业竞争风险及控制策略
- 六、2020-2026年包装广告行业其他风险及控制策略

## 第十六章 包装广告行业投资战略研究

### 第一节 包装广告行业发展战略研究

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第二节 对我国包装广告品牌的战略思考

一、企业品牌的重要性

二、包装广告实施品牌战略的意义

三、包装广告企业品牌的现状分析

四、我国包装广告企业的品牌战略

五、包装广告品牌战略管理的策略

第三节 包装广告行业投资战略研究

一、2017年广告行业投资战略

二、2017年我国包装广告行业投资战略

三、2020-2026年包装广告行业投资战略

四、2020-2026年细分行业投资战略

图表目录：

图表：2017年全球四大广告集团市场份额

图表：全球主流媒体广告支出预测（报纸、杂志、电视、广播、电影、户外、互联网）

图表：2015-2017年间全球10大广告支出国的市场份额增长速度

图表：2017年美国各类包装广告收入比例

图表：中国历年主要行业包装广告支出

图表：2017年全球广告公司收入排名

图表：包装广告演变过程

图表：2017年主流品牌关注比例波动幅度对比

图表：2017年全球四大广告集团市场份额

图表：中国历年主要行业包装广告支出

图表：2017年全球广告公司收入排名

图表：2015-2017年美国广告市场规模增长趋势图

图表：2020-2026年美国包装广告市场规模及预测

图表：2015-2017年日本主要媒体广告市场规模

图表：2015-2017年日本主要媒体广告市场规模变动情况

图表：2020-2026年日本包装广告市场规模及预测

图表：包装广告管理中存在的问题比重分析

图表：2016年包装广告花费top10品牌

图表：北京各种广告形式营业额比重

图表：2015-2017年华视传媒集团有限公司广告营业额情况

图表：2013-2017年全球各地区广告经营额

图表：2015-2017年全球广告市场规模及增速

图表：2017年中国广告媒体结构

图表：中国本土广告公司的swot分析

图表：2015-2017年各类型被访媒体实际广告收入增幅变化情况

图表：中国广告业演变的三个阶段的主要特征

图表：中国广告业结构关系

图表：中国广告业活动过程

图表：广告在品牌传播中对消费者的影响作用

图表：2017年美国广告主及广告代理投放包装广告的主要原因

图表：2015-2017年美国包装广告及广告市场规模

图表：2017年主要行业人才需求占总需求比例图

图表：2017年中国大陆主要包装广告经营额及增长

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201910/144845.html>