

2021-2027年中国广告公司 行业发展态势与市场需求预测报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2021-2027年中国广告公司行业发展态势与市场需求预测报告》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/202103/206585.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

广告公司是指专门经营广告业务活动的企业，是“广告代理商”(Advertising Agency)的俗称。

2018年全球广告支出将达到5889亿美元。2011-2018年全球广告市场规模及预测（单位：亿美元）从样本喜爱广告类型来看，41.1%样本关注日用消费类广告，关注度最高为，主要由于此类消费品为居民消费必需品；40.8%样本喜爱家电、手机等电子产品广告，24.3%样本关注汽车类广告，反映样本群体收入较高引发对电子产品、汽车的消费需求；38.8%样本关注娱乐类广告，排名第三，反映样本群体对文化娱乐消费追求较强，其关注度仅略低于反映日常必需消费的日用消费广告，其背后是居民娱乐文化消费习惯的养成，反映了居民未来在电影、游戏等方面的消费潜力。喜爱广告类型的分布情况

中企顾问网发布的《2021-2027年中国广告公司行业发展态势与市场需求预测报告》共十二章。首先介绍了中国广告公司行业市场发展环境、广告公司整体运行态势等，接着分析了中国广告公司行业市场运行的现状，然后介绍了广告公司市场竞争格局。随后，报告对广告公司做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国广告公司行业发展趋势与投资预测。您若想对广告公司产业有个系统的了解或者想投资中国广告公司行业，本报告是您不可或缺的重要工具。[page] 本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第一部分 广告公司产业环境透视

第一章 2019年广告公司行业投资环境与政策分析

第一节 广告公司行业企业投资环境分析

一、广告公司行业政治环境

二、广告公司行业经济环境

三、广告公司行业社会环境

四、广告公司行业技术环境

第二节 广告公司行业企业投资SWOT分析

一、广告公司企业投资优势

二、广告公司企业投资劣势

三、广告公司企业投资机会

四、广告公司企业投资威胁

第三节 广告公司行业企业投资准入政策分析

一、广告公司行业企业投资目录

二、广告公司外资企业投资准入政策

三、广告公司行业重点领域投资准入

第二章 “互联网+”背景下广告公司行业的机会与挑战

第一节 “互联网+”的相关概述

一、“互联网+”的提出

二、“互联网+”的内涵

三、“互联网+”的发展

四、“互联网+”的评价[page]

五、“互联网+”的趋势

第二节 “互联网+”广告公司行业的机会与挑战

一、互联网时代行业大环境的变化

二、互联网直击传统行业消费痛点

三、互联网助力企业开拓市场

四、电商成为传统企业突破口

第三节 “互联网+”广告公司行业的改造与重构

一、互联网重构行业的格局

二、互联网改变生产厂商营销模式

三、互联网导致行业利益重新分配

四、互联网改变行业未来竞争格局

第四节 广告公司与互联网融合创新机会孕育

一、电商政策变化趋势分析

二、电子商务消费环境趋势分析

三、互联网技术对行业支撑作用

四、电商黄金发展期机遇分析

第三章 “一带一路”战略下广告公司行业发展机遇分析

第一节 “一带一路”主要内容及战略意义

一、 “一带一路”的主要内容

二、 “一带一路”的国际背景

三、 “一带一路”的国内背景

四、 “一带一路”的战略意义

第二节 “一带一路”广告公司企业走出去战略分析

一、 “一带一路”战略提振沿线国家需求

二、 “一带一路”战略促进中国企业成长

三、 “一带一路”广告公司企业迎来机遇

四、 “一带一路”广告公司企业走出去措施 [page]

第三节 “一带一路”广告公司行业投资潜力分析

一、 “一带一路”广告公司行业投资现状

二、 “一带一路”广告公司行业投资规划

三、 “一带一路”广告公司行业投资动向

四、 “一带一路”广告公司行业投资潜力

第四章 2014-2019年中国广告公司所属行业经营效益分析

第一节 2014-2019年广告公司行业发展分析

一、 2019年广告公司行业发展概述

二、 2019年广告公司行业发展现状 2012-2018年中国互联网广告及移动广告市场规模增长率

三、 2019年广告公司行业发展分析

第二节 2014-2019年广告公司行业规模分析

一、 广告公司行业企业规模分析

二、 广告公司行业资产增长分析

三、 广告公司行业销售收入分析

四、 广告公司行业利润总额分析

第三节 2014-2019年广告公司行业经营效益

一、 广告公司行业偿债能力分析

二、 广告公司行业盈利能力分析

三、 广告公司行业的毛利率分析

四、 广告公司行业运营能力分析

第四节 2014-2019年广告公司行业成本费用

一、 广告公司行业销售成本分析

- 二、广告公司行业销售费用分析
- 三、广告公司行业管理费用分析
- 四、广告公司行业财务费用分析

第五章 广告公司企业主要领域投资目标与机会

第一节 广告公司企业投资目标项目评估要素[page]

- 一、投资成本
- 二、市场需求
- 三、技术路线
- 四、综合效益
- 五、环境影响

第二节 中国电视广告投资机会评估

- 一、发展机遇
- 二、市场需求
- 三、广告规模
- 四、技术水平
- 五、投资案例
- 六、项目前景

第三节 户外广告投资机会评估

- 一、发展机遇
- 二、市场需求
- 三、发展趋势
- 四、技术水平
- 五、投资前景
- 六、项目前景

第四节 网络广告投资机会评估

- 一、发展机遇
- 二、市场需求
- 三、广告投放
- 四、技术水平
- 五、投资案例
- 六、项目前景

第六章 广告公司企业产业链投资机会分析

第一节 广告公司行业产业链分析

一、广告公司产业链概述

二、广告公司上游行业

三、广告公司下游行业

第二节 产业链上游市场投资分析

一、市场现状

二、需求分析

三、产品价格

四、前景预测

第三节 产业链下游市场投资潜力

一、网络视频

二、搜索引擎

三、电视

第七章 广告公司企业投资目标区域机会分析

第一节 广告公司行业企业投资目标区域

一、资源导向

二、区位导向

三、市场导向

四、政策导向

第二节 华北地区广告公司项目投资机会分析

一、华北投资优势分析

二、华北产业政策分析

三、华北市场需求规模

四、华北地区投资机会

第三节 东北地区广告公司项目投资机会分析

一、东北投资优势分析

二、东北产业政策分析

三、东北市场需求规模

四、东北地区投资机会

第四节 华东地区广告公司项目投资机会分析[page]

一、华东投资优势分析

二、华东产业政策分析

三、华东市场需求规模

四、华东地区投资机会

第五节 华中地区广告公司项目投资机会分析

一、华中投资优势分析

二、华中产业政策分析

三、华中市场需求规模

四、华中地区投资机会

第六节 华南地区广告公司项目投资机会分析

一、华南投资优势分析

二、华南产业政策分析

三、华南市场需求规模

四、华南地区投资机会

第七节 西部地区广告公司项目投资机会分析

一、西部投资优势分析

二、西部产业政策分析

三、西部市场需求规模

四、西部地区投资机会

第八章 广告公司行业重点企业投资竞争力分析

第一节 广告公司重点企业经济指标对比分析

一、重点企业资产规模分析

二、重点企业销售收入分析

三、重点企业利润总额分析

四、重点企业盈利能力分析

五、重点企业偿债能力分析

六、重点企业运营能力分析

第二节 广告公司重点企业经营竞争力分析

一、北京巴士传媒股份有限公司

二、广东省广告集团股份有限公司

- 三、北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司
- 四、思美传媒股份有限公司
- 五、华视传媒
- 六、湖南电广传媒有限公司
- 七、上海新华传媒股份有限公司
- 八、成都博瑞传播股份有限公司
- 九、广东广州日报传媒股份有限公司
- 十、分众传媒

第九章 广告公司行业企业投资成本及效益分析[page]

第一节 广告公司项目投资成本构成

- 一、成本构成
- 二、土地成本
- 三、人力成本
- 四、器材成本
- 五、动力成本

第二节 广告公司项目综合效益分析

- 一、经济效益
- 二、社会效益
- 三、环境效益

第三节 广告公司项目投资经济性分析

第十章 中国广告产业前景展望与趋势预测

第一节 中国广告业投资政策环境分析

- 一、发改委提指导意见促广告业发展
- 二、港澳在粤投资广告业不再需要北京审批
- 三、深圳市出台政策大力扶持广告业
- 四、福州出台措施扶持广告业发展

第二节 中国广告业投资机会分析

- 一、中国广告市场环境
- 二、“第五媒体”广告市场孕育巨大商机
- 三、网络游戏市场受青睐

四、国际广告公司积极开发二线城市

第三节 中国广告业投资风险预警

- 一、行业风险
- 二、市场风险
- 三、管理风险

第十一章 2021-2027年广告公司行业企业投资策略建议

第一节 广告公司行业企业投资建议

- 一、投放区域选择建议
- 二、投放技术选择建议
- 三、企业合作建议

第二节 企业项目融资和政策融资模式

- 一、项目包装融资
- 二、高新技术融资
- 三、BOT项目融资
- 四、IFC国际融资
- 五、专项资金融资
- 六、产业政策融资

第三节 广告公司行业企业招商引资策略建议

- 一、广泛搜集各方资料
- 二、制订各类招商方案
- 三、比较选择招商方案
- 四、招商方案具体实施
- 五、方案的跟踪和反馈[page]

第四节 广告公司项目运营策略分析

- 一、争取政策支持
- 二、深化战略合作
- 三、提高制作水平
- 四、调整资本结构
- 五、资源综合利用

第十二章 广告公司企业上市重点问题的处理建议（）

第一节 改制问题

- 一、企业改制手续处理建议
- 二、股权纠纷问题处理建议
- 三、企业改制与管理层安排建议

第二节 财务审计问题

- 一、大股东审计问题处理建议
- 二、历史财务审计问题处理建议
- 三、审计报告常见错误分析
- 四、关联交易财务处理问题建议

第三节 法律问题

- 一、重大合同处理
- 二、股权转让确认
- 三、商标产权争议
- 四、对外合作协议
- 五、股东大会决议

第四节 募集资金投向问题

- 一、项目可行性研究报告撰写
- 二、募集资金规模
- 三、募投项目选择
- 四、新建扩建问题
- 五、立项申报流程

第五节 社保环评等问题

- 一、社保问题处理
- 二、历史环评报告与环保局批文（）

第六节 制度健全问题

- 一、管理内控制度完善
- 二、上市公司配套制度设立
- 三、人事安排与股权激励
- 四、财务制度健全

图表目录：

图表：2014-2019年国内生产总值（GDP）预测

图表：2019年我国规模以上工业增加值同比增长速度

图表：2019年我国固定资产投资（不含农户）同比增速

图表：我国房地产开发完成额（不含农户）同比增长率

图表：全国房地产开发企业本年到位资金增速

图表：全国商品房销售面积及销售额增速[page]

图表：2019年固定资产投资到位资金同比增速

图表：2019年社会消费品零售总额当期值

图表：2019年中国居民人均收入实际增长速度

图表：2019年人口数及其构成

图表：2019年我国各教育阶段在校学生比

图表：2014-2019年我国城镇化水平

图表：中国、美国、日本广告产业占GDP比重的比较

图表：广告产业增长率与GDP增长率比较图

图表：2014-2019年国内广告公司数量规模

图表：2014-2019年广告公司总资产及增长情况

图表：2014-2019年广告公司销售收入情况

图表：2014-2019年广告公司利润总额情况

图表：2014-2019年广告公司行业偿债能力分析

图表：2014-2019年广告公司行业盈利能力分析

图表：2014-2019年广告公司行业毛利率分析

图表：2014-2019年广告公司行业运营能力分析

图表：2014-2019年广告公司销售成本分析

图表：2014-2019年广告公司行业销售费用分析

图表：2014-2019年广告公司行业管理费用分析

图表：2014-2019年广告公司行业财务费用分析

图表：2019年电视广告投放前五行业变化

图表：2021-2027年中国互联网广告市场规模及预测

图表：2021-2027年中国不同形式网络广告市场份额及预测

图表：2019年热门行业品牌网络广告预估费用排行

图表：2019年热门行业品牌网络广告投放媒体类排行

图表：广告行业产业链图示[page]

图表：2019年中国搜索引擎市场占有率

图表：2019年全球搜索引擎市场占有率

图表：2014-2019年电视广告时长变化

图表：2019年电视各级频道广告收入变化情况

图表：2014-2019年电视各级频道广告刊例收入增幅情况

图表：2014-2019年电视广告刊例TOP5行业变化情况

图表：电视媒体广告花费TOP5行业（分级别）

图表：2019年电视广告花费TOP10品牌增幅情况

图表：2019年各级电视广告花费TOP10品牌增幅情况

图表：2019年我国部分广告公司资产总额对比

图表：北京巴士传媒股份有限公司主营构成

图表：2014-2019年北京巴士传媒股份有限公司成长能力

图表：2014-2019年北京巴士传媒股份有限公司成长能力

图表：2014-2019年北京巴士传媒股份有限公司资产负债

图表：2014-2019年北京巴士传媒股份有限公司利润

图表：2014-2019年北京巴士传媒股份有限公司现金流量

图表：2019年广东省广告集团股份有限公司主营构成

图表：2014-2019年广东省广告集团股份有限公司成长能力

图表：2014-2019年广东省广告集团股份有限公司盈利能力

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202103/206585.html>