

# 2022-2028年中国广告公司 市场深度评估与投资策略报告

## 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

《2022-2028年中国广告公司市场深度评估与投资策略报告》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/202208/315215.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”的俗称。

中企顾问网发布的《2022-2028年中国广告公司市场深度评估与投资策略报告》共九章。首先介绍了广告公司相关概念及发展环境，接着分析了中国广告公司规模及消费需求，然后对中国广告公司市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国广告公司面临的机遇及发展前景。您若想对中国广告公司有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

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：

### 第一章2020年全球广告产业运行状况分析

#### 第一节世界广告业运行概况

- 一、世界广告业发展历程
- 二、世界广告媒体发展分析
- 三、世界广告业的逻辑发展轨迹解析
- 四、贸易战中海外广告市场的影响分析

#### 第二节2020年世界广告业收入数据监测

- 一、按地域统计
- 二、按媒体类型统计
- 三、按照行业统计

#### 第三节2022-2028年世界广告业发展趋势分析

### 第二章2020年中国广告行业运行态势分析

#### 第一节2020年中国广告业运行总况

- 一、中国广告业规模跃居世界第二
- 二、中国广告市场洗牌在即
- 三、中国广告业的产业组织结构解析

#### 第二节2020年中国广告市场上的外资发展分析

- 一、国外广告公司加速进军中国
- 二、外资加速在华新媒体广告业布局
- 三、全球广告巨头中国市场竞争动态分析
- 四、中国广告产业外资影响分析

### 第三节2020年中国广告市场存在问题分析

- 一、中国广告行业的“多米诺效应”分析
- 二、广告业的市场壁垒效应分析
- 三、新兴媒体侵占传统媒体广告空间

### 第四节2020年中国广告市场发展对策分析

- 一、中国广告行业要实行集团化发展
- 二、中国广告教育需要新思维
- 三、广告目标受众问题对策解析
- 四、有效广告投放途径分析

## 第三章2020年中国广告市场运行形势分析

### 第一节2020年中国广告市场规模分析

- 一、中国广告市场规模
- 二、我国广告公司数量增速放缓
- 三、三大主流媒体广告收入状况

### 第二节2020年中国广告行业规模

- 一、不同媒体广告份额
- 二、不同行业广告投放
- 三、区域广告市场

### 第三节2020年央视广告招标

- 一、2016-2020年历年招标金额
- 二、2020年央视招标行业结构

### 第四节2020年广告投放情况分析

- 一、2020年广告投放分析
- 二、2020年广告投放媒体排名
- 三、2020年广告投放品牌排名

## 第四章2020年中国本土广告企业运行格局分析

## 第一节2020年中国本土广告企业运行概况

- 一、广告行业呈现“外进国退”现象
- 二、本土广告公司“小、散、乱”
- 三、亟待战略转型突破市场重围
- 四、本土广告公司亟待突破利润瓶颈

## 第二节2020年中国广告公司动态分析

- 一、中国网络广告代理公司竞争格局
- 二、本土广告公司开辟新业务应对国际竞争
- 三、4A广告公司发展的经营业态分析
- 四、本土广告公司发展的方向透析

## 第三节2020年中国广告公司面临的问题与对策

- 一、传统型广告代理公司的生存现状堪忧
- 二、国内广告公司自身存在的主要问题
- 三、新媒体给传统广告公司带来强势挑战
- 四、本土广告公司持续发展的对策
- 五、塑造本土广告公司核心竞争力的对策

## 第四节2020年中国广告企业成功案例解析

- 一、南京卓越形象品牌传播事业机构
- 二、大唐灵狮
- 三、分析师结论

## 第五章中国三大主流广告媒体运行分析

### 第一节电视广告

- 一、电视媒体在传统四大媒体中的地位
- 二、网络时代电视媒体的生存态势
- 三、视觉文化环境下电视广告的发展
- 四、中国移动电视广告市场规模分析
- 五、中国电视广告市场将持续增长

### 第二节报纸广告

- 一、中国报纸产业发展及其重要推动力分析
- 二、报纸仍然是刊登广告的最佳媒体
- 三、中国报纸广告市场份额分析

## 四、国内报纸广告收入增长减缓亟须创新

### 第三节广播广告

- 一、我国广播媒体价值继续攀升
- 二、广播的独特广告价值优势
- 三、我国交通广播广告创收情况
- 四、中国广播广告的经营与发展分析
- 五、广播广告的数据化营销详解

### 第四节互联网广告

- 一、我国互联网广告商机逐渐显现
- 二、市场疲软互联网广告下挫分类网站成热点
- 三、快速消费品网上热卖网络广告针对性受推崇
- 四、网络视频广告模式发展势头强劲
- 五、网络游戏广告营销手段升级

## 第六章世界五大广告集团运行分析

### 第一节国际广告集团发展概况

- 一、世界五大广告集团发展回顾
- 二、国际广告集团加速在华扩张步伐
- 三、国际广告集团的经营模式解析

### 第二节OMNICOM集团

- 一、OMNICOM集团简介
- 二、OMNICOM经营状况分析

### 第三节WPP集团

- 一、集团简介
- 二、WPP集团的成长战略轨迹分析
- 三、WPP经营状况分析
- 四、WPP与谷歌启动研究新媒体广告消费动向

### 第四节INTERPUBLICGROUP

- 一、INTERPUBLIC简介
- 二、INTERPUBLIC经营状况分析

### 第五节阳狮集团

- 一、集团简介

- 二、实力传播公司发展状况
- 三、阳狮集团在美收购PBJs公司扩展营销业务
- 四、阳狮集团进一步扩大在华份额

#### 第六节日本电通集团

- 一、电通集团简介
- 二、日本电通广告优秀著作进入中国书市
- 三、电通携手日本雅虎抢摊新型广告市场
- 四、电通集团经营状况分析

### 第七章中国广告主体优势企业竞争力分析

#### 第一节分众传媒（中国）控股有限公司

- 一、企业概况
- 二、产品与服务
- 三、楼宇液晶广告
- 四、卖场终端联播网

#### 第二节中视传媒股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析

#### 第三节北京巴士传媒股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析

#### 第四节湖南电广传媒股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析

#### 第五节广东九州阳光传媒股份有限公司

- 一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

第六节陕西广电网络传媒股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

第八章2022-2028年中国广告产业发展前景与趋势预测分析

第一节2022-2028年中国广告行业发展趋势预测

一、我国广告市场2022-2028年发展潜力巨大

二、广告业竞争在规模和专业领域呈现两极分化趋势

三、广告行业越来越重视资本运作

四、数字化技术成为影响广告业发展的重要力量

第二节2022-2028年中国广告行业发展趋势及预测

一、2022-2028年我国报刊广告市场发展预测

二、2022-2028年我国网络广告市场发展预测

三、2022-2028年我国车载移动电视广告市场预测

四、2022-2028年中国广告市场预测

第九章2022-2028年中国广告产业投资机会与投资风险分析（）

第一节2020年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2022-2028年中国广告业投资机会分析

一、贸易战下中国广告市场的投资机遇

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、移动电视媒体广告价值受肯定



## 五、国际广告公司积极开发二线城市

### 第三节2022-2028年中国广告业投资风险分析

### 第四节投资建议

部分图表目录：

图表：广告产业链结构图

图表：大型综合性广告公司、媒体依托型广告公司、专项型广告公司经营模式一览表

图表：我国各类型广告公司盈利能力图

图表：2016-2020年全球广告支出额及增长趋势图

图表：2016-2020年全球区域广告支出额一览表

图表：2016-2020年世界前十大广告集团排名

图表：2016-2020年中国广告经营额及变化趋势图

图表：2020年不同媒体广告份额

图表：2020年不同媒体广告份额

图表：2020年各行业广告投放额

图表：2020年媒体投放地区分布图

图表：2016-2020年央视广告招标金额增速变化图（万元）

更多图表见正文&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202208/315215.html>