

# 2023-2029年中国广告媒体 产业发展现状与发展前景预测报告

## 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

《2023-2029年中国广告媒体产业发展现状与发展前景预测报告》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/202210/323688.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

广告媒体是用于向公众发布广告的传播载体，是指传播商品或劳务信息所运用的物质与技术手段。传统的“四大广告媒体”为电视、电台、报纸、杂志。在广告行业把电视媒体和电台媒体称为电波媒体；把报纸和杂志媒体称为平面媒体，以此区分。

中企顾问网发布的《2023-2029年中国广告媒体产业发展现状与发展前景预测报告》共十六章。首先介绍了广告媒体行业市场发展环境、广告媒体整体运行态势等，接着分析了广告媒体行业市场运行的现状，然后介绍了广告媒体市场竞争格局。随后，报告对广告媒体做了重点企业经营状况分析，最后分析了广告媒体行业发展趋势与投资预测。您若想对广告媒体产业有个系统的了解或者想投资广告媒体行业，本报告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：

第一部分 行业发展现状

第一章 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、广告简介

第二节 广告媒体

一、广告媒体的概念

二、广告媒体的划分

三、广告媒体的主要功能

四、广告媒体的特征

第二章 国外广告所属行业发展分析

第一节 世界广告行业发展概况

一、2017-2022年全球广告经营状况

二、2017-2022年世界广告业排名状况分析

三、2017-2022年世界广告业发展状况

第二节 2017-2022年世界广告业发展状况分析

一、2017-2022年世界广告业发展规模分析

二、2017-2022年世界广告业发展特点分析

三、2017-2022年世界广告发展存在的问题

四、2017-2022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、2017-2022年戛纳广告节的开展情况

三、2017-2022年全球广告支出情况分析

四、2017-2022年全球广告媒体开支额

五、2017-2022年贸易战对广告行业的冲击

六、2017-2022年中国对全球广告市场的贡献

第四节 2023-2029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、广告媒体发展前景分析

三、2022年全球广告支出增长预测

四、2023-2029年全球广告预算情况

五、2023-2029年广告行业发展前景

第三章 世界广告媒体业发展分析

第一节 2022年世界广告媒体业发展分析

一、2022年美国广告媒体业发展分析

二、2022年日本广告媒体业发展分析

三、2022年俄罗斯广告媒体业发展分析

第二节 2022年世界广告媒体市场需求分析

一、2022年世界广告媒体市场需求量分析

二、2022年世界广告媒体供应量分析

三、2022年国外企业进军中国市场情况

四、2022年世界广告媒体业竞争分析

第三节 2023-2029年世界广告媒体市场发展趋势分析

## 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、2017-2022年中国广告发展现状
- 二、2022年内地广告市场规模分析
- 三、2022年中国广告市场价值分析
- 四、2022年中国广告市场的投放额
- 五、2022年广告行业人才供求情况
- 六、2022年广告市场面临的挑战

### 第三节 我国广告市场规范情况

- 一、2022年中国查处广告违法案件情况
- 二、2022年广告业存在的主要问题探讨
- 三、2022年中国广告行业新的自律规则
- 四、2022年广告行业结盟维护创意版权

## 第五章 我国广告媒体行业发展分析

### 第一节 中国广告媒体行业概况

- 一、中国广告媒体发展历程
- 二、中国广告媒体的产品类别
- 三、中国的广告媒体产业的整合分析
- 四、跨行业合作形势下广告媒体的优势

### 第二节 中国广告媒体市场发展现状

- 一、广告媒体的投放特点
- 二、广告媒体对用户消费的影响
- 三、广告媒体发展形式分析
- 四、广告媒体规范情况分析

### 第三节 广告媒体市场空间分析

一、2022年中国广告媒体市场规模

二、2022年高校广告媒体市场规模

三、2022年广告媒体市场规模预测

#### 第四节 中国广告媒体的相关政策分析

一、法律因素在广告媒体发展中的作用

二、广告媒体在高速发展中趋于健全规范

三、广告媒体规范与发展的法律策略分析

### 第六章 中国广告媒体受众及投放分析

#### 第一节 广告媒体的投放原因及特点

一、投放广告媒体的原因

二、广告媒体在广告媒体中的地位

三、广告媒体接受度情况分析

四、制约广告媒体发展的瓶颈

#### 第二节 广告媒体受众分析

一、受众接触广告媒体的黄金时间

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 影响广告媒体投放的要素分析

一、影响广告媒体投放宏观因素分析

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 广告媒体主要形式发展分析

#### 第一节 报刊广告市场

一、全国报刊广告形势分析

二、报刊分类广告情况

三、房地产行业广告投放情况

四、机动车行业广告投放情况

五、通讯行业投放广告情况

六、医疗机构行业投放广告情况

七、家电行业投放广告情况

## 第二节 电视广告市场

### 一、电视广告的特点

### 二、2022年电视广告市场综述

### 三、2022年十大受欢迎电视广告

### 四、楼宇电视广告市场竞争格局

## 第三节 广播广告市场

### 一、广播广告的特性

#### (一) 交流感与意境性

#### (二) 流动感与兼作性

#### (三) 无限性与全面性

#### (四) 低投入与高回报

### 二、广播传播公司的作用

#### (一) 传播公司与产品品牌

#### (二) 广播传播的特殊性

#### (三) 专业广播的飞跃

#### (四) 定向移动传播

### 三、广播广告的艺术性

### 四、广播广告之间的竞争

#### (一) 广播广告的新发展

#### (二) 北京广播电台

#### (三) 广播电台的独特性

#### (四) 竞争的焦点

### 五、广播广告发展中的问题

#### (一) 广播广告存在的问

#### (二) 应对措施

### 六、广播发展的影响因素

#### (一) 影响因素概况

#### (二) 互联网技术对广播业的影响

#### (三) dab技术对广播业的影响

#### (四) 计算机网络技术对电台整体运作模式的影响

## 第四节 户外广告市场

### 四、户外广告调查报告 第五节 网络广告

一、网络广告现状

二、网络广告的优势

(一) 网络广告的特点

(二) 网络广告的优势

三、网络媒体发展现状

第六节 无线广告

一、无线广告介绍

二、无线广告市场发展状况

第八章 2017-2022年广告媒体产业技术发展分析

第一节 广告媒体技术进展

一、播放设备加快网络化发展

二、互动和信息采集功能受关注

三、各类系统的共存发展

四、技术指标的标准化发展

五、广告媒体软件的技术发展

第二节 中国广告媒体新热点技术发展分析

一、3d立体广告媒体

二、互动触摸技术

三、自发光透明显示技术

四、轻、稳广告媒体

五、多点触摸技术

六、智能化数字标牌

第三节 与其它技术的结合

一、数字标牌与iptv

二、数字标牌与移动电视

三、数字标牌与互动应用程序

第四节 广告媒体技术的未来发展方向分析

一、未来技术发展的要点是满足客户的需求

二、未来技术的走向是系统的整合

三、降低维护成本将会是未来技术发展的重要走向

四、广告媒体播放设备的发展趋势

## 第二部分 行业竞争格局

### 第九章 中国广告媒体市场竞争分析

#### 第一节 2022年中国各种广告形式市场竞争综合分析

- 一、2022年广告媒体与传统广告行业竞争分析
- 二、2022年新媒体对广告媒体的压力
- 三、2022年中国广告业界软硬广告竞争分析
- 四、2017-2022年央视重点时段广告竞争分析
- 五、2017-2022年移动广告行业竞争形势分析

#### 第二节 2022年中国广告媒体业竞争状况分析

- 一、2022年中国广告媒体品牌竞争分析
- 二、2022年中国广告媒体价格竞争分析
- 三、2022年中国广告媒体竞争战略分析

### 第十章 广告媒体企业竞争策略分析

#### 第一节 广告媒体市场竞争策略分析

- 一、2022年广告媒体市场增长潜力分析
- 二、2022年广告媒体主要潜力品种分析
- 三、现有广告媒体产品竞争策略分析
- 四、潜力广告媒体品种竞争策略选择
- 五、典型企业产品竞争策略分析

#### 第二节 广告媒体企业竞争策略分析

- 一、欧债危机对广告媒体行业竞争格局的影响
- 二、欧债危机后广告媒体行业竞争格局的变化
- 三、2023-2029年我国广告媒体市场竞争趋势
- 四、2023-2029年广告媒体行业竞争格局展望
- 五、2023-2029年广告媒体行业竞争策略分析
- 六、2023-2029年广告媒体企业竞争策略分析

### 第十一章 广告媒体重点企业竞争分析

#### 第一节 广东省广告公司

- 一、企业概况

二、竞争优势分析

三、经营状况

四、发展战略

## 第二节 中国广告联合总公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、经营状况

四、发展战略

## 第三节 中视彩虹广告

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、经营状况

四、发展战略

## 第四节 广州市星际艺术传播有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、经营状况

四、发展战略

## 第五节 cctv广告

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、经营状况

四、发展战略

## 第六节 歌华有线

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、经营状况

四、发展战略

## 第七节 东方明珠

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、经营状况

#### 四、发展战略

#### 第八节 广东九州阳光传媒股份有限公司

##### 一、企业概况

##### 二、竞争优势分析

##### 三、经营状况

##### 四、发展战略

#### 第九节 经济观察报

##### 一、企业概况

##### 二、竞争优势分析

##### 三、经营状况

##### 四、发展战略

#### 第十节 中国经营报

##### 一、企业概况

##### 二、竞争优势分析

##### 三、经营状况

##### 四、发展战略

### 第三部分 行业前景预测

#### 第十二章 广告媒体行业发展趋势分析

##### 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、2022年中国广告市场趋势解析

###### 三、2023-2029年中国广告行业发展前景

###### 四、2017-2022年中国对全球广告市场的推动

###### 五、2022年中国广告市场发展 with 新媒体趋势

##### 第二节 中国广告媒体市场趋势前景分析

###### 一、中国广告媒体市场发展前景

###### 二、中国广告媒体市场潜力分析

###### 三、中国广告媒体发展趋势分析

#### 第十三章 未来广告媒体行业发展预测

##### 第一节 2023-2029年国际广告媒体市场预测

- 一、2023-2029年全球广告媒体行业供给预测
- 二、2023-2029年全球广告媒体市场需求前景
- 三、2023-2029年全球广告媒体市场价格预测
- 第二节 2023-2029年国内广告媒体市场预测
- 一、2023-2029年国内广告媒体行业供给预测
- 二、2023-2029年国内广告媒体行业规模预测
- 三、2023-2029年国内广告媒体市场需求前景
- 四、2023-2029年国内广告媒体市场价格预测
- 五、2023-2029年国内广告媒体行业集中度预测

#### 第四部分 投资战略研究

##### 第十四章 广告媒体行业投资环境分析

###### 第一节 经济发展环境分析

- 一、2017-2022年我国宏观经济运行情况
- 二、2023-2029年我国宏观经济形势分析
- 三、2023-2029年投资趋势及其影响预测

###### 第二节 政策法规环境分析

- 一、2022年广告媒体行业政策环境
- 二、2022年国内宏观政策对其影响
- 三、2022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、2022年社会环境发展分析
- 三、2023-2029年社会环境对行业的影响分析

##### 第十五章 广告媒体行业投资机会与风险

###### 第一节 广告媒体行业投资效益分析

- 一、2017-2022年广告媒体行业投资状况分析
- 二、2023-2029年广告媒体行业投资效益分析
- 三、2023-2029年广告媒体行业投资趋势预测
- 四、2023-2029年广告媒体行业的投资方向
- 五、投资建议

## 六、新进入者应注意的障碍因素分析

### 第二节 影响广告媒体行业发展的主要因素

- 一、2023-2029年影响广告媒体行业运行的有利因素分析
- 二、2023-2029年影响广告媒体行业运行的稳定因素分析
- 三、2023-2029年影响广告媒体行业运行的不利因素分析
- 四、2023-2029年我国广告媒体行业发展面临的挑战分析
- 五、2023-2029年我国广告媒体行业发展面临的机遇分析

### 第三节 广告媒体行业投资风险及控制策略分析

- 一、2023-2029年广告媒体行业市场风险及控制策略
- 二、2023-2029年广告媒体行业政策风险及控制策略
- 三、2023-2029年广告媒体行业经营风险及控制策略
- 四、2023-2029年广告媒体行业技术风险及控制策略
- 五、2023-2029年广告媒体同业竞争风险及控制策略
- 六、2023-2029年广告媒体行业其他风险及控制策略

## 第十六章 广告媒体行业投资战略研究

### 第一节 广告媒体行业发展战略研究

- 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 对我国广告媒体品牌的战略思考

- 一、企业品牌的重要性
- 二、广告媒体实施品牌战略的意义
- 三、广告媒体企业品牌的现状分析
- 四、我国广告媒体企业的品牌战略
- 五、广告媒体品牌战略管理的策略

### 第三节 广告媒体行业投资战略研究

- 一、2022年广告行业投资战略

二、2022年我国广告媒体行业投资战略

三、2023-2029年广告媒体行业投资战略

四、2023-2029年细分行业投资战略

部分图表目录:

图表 2022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 2017-2022年间全球10大广告支出国的市场份额增长速度

图表 2022年美国各类广告媒体收入比例

图表 中国历年主要行业广告媒体支出

图表 2022年全球广告公司收入排名

图表 广告媒体演变过程

图表 2022年主流品牌关注比例波动幅度对比

图表 2022年全球四大广告集团市场份额

图表 中国历年主要行业广告媒体支出

图表 2022年全球广告公司收入排名

图表 2017-2022年美国广告市场规模增长趋势图

图表 2023-2029年美国广告媒体市场规模及预测

图表 2017-2022年日本主要媒体广告市场规模

图表 2017-2022年日本主要媒体广告市场规模变动情况

图表 2017-2022年日本广告媒体市场规模及预测

图表 广告媒体管理中存在的问题比重分析

图表 2017-2022年央视广告收入增长情况

图表 2022年广告媒体花费top10品牌

图表 北京各种广告形式营业额比重

图表 2017-2022年华视传媒集团有限公司广告营业额情况

图表 2022年分众传媒控股有限公司经营情况

图表 2017-2022年分众传媒控股有限公司主营业务收入变化趋势

图表 2017-2022年全球各地区广告经营额

图表 2017-2022年全球广告市场规模及增速

图表 2022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 2017-2022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 2022年美国广告主及广告代理投放广告媒体的主要原因

图表 2017-2022年美国广告媒体及广告市场规模

图表 2022年主要行业人才需求占总需求比例图

图表 2022年中国大陆主要广告媒体经营额及增长

图表 2022年各类广告媒体经营额同比增长率

图表 2022年各类杂志广告经营额同比增长率

图表 2022年中国报刊主要行业广告经营额同比增长

图表 2017-2022年全国报刊广告刊登额及增长率

图表 2022年报纸杂志广告总量同比变化

图表 2022年主要报刊、杂志广告份额

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202210/323688.html>