

# 2024-2030年中国广告产业 发展现状与投资潜力分析报告

## 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

《2024-2030年中国广告产业发展现状与投资潜力分析报告》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/202312/431025.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

中企顾问网发布的《2024-2030年中国广告产业发展现状与投资潜力分析报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局煤炭综采设备后市场服务行业的重要决策参考依据。

报告目录：

- 第一章 媒体广告行业概况 18
  - 第一节 广告行业概述 18
    - 一、广告的定义 18
    - 二、广告的分类 18
    - 三、广告业产业链结构 18
    - 四、广告业发展历程 19
    - 五、我国广告业发展历程 20
  - 第二节 中国广告学术研究的热点 21
    - 一、移动广告研究热点 21
    - 二、社交广告研究热点 22
    - 三、视频广告研究热点 22
    - 四、智能广告研究热点 23
- 第二章 国际广告行业发展状况解析 25
  - 第一节 国际广告行业发展现状 25
    - 一、广告行业市场规模增长 25
    - 二、广告业市场结构 25
  - 第二节 国际广告行业发展趋势 26
    - 一、广告行业市场规模增长预测 26
    - 二、广告行业市场结构预测 27
- 第三章 国际重点广告企业概述 28
  - 一、企业概况 28
  - 二、企业经营状况 28
  - 第二节 wpp group plc 29
    - 一、企业概况 29
    - 二、企业经营状况 29
- 第四章 中国广告业发展环境分析 30
  - 第一节 国内宏观经济环境分析 30
    - 一、国内生产总值 30
    - 二、固定资产投资 30
    - 三、对外贸易发展 31
  - 第二节 中国广告行业政策环境分析 31
    - 一、行业监管体制 31
    - 二、行业相关法规 34
    - 三、行业相关政策 35
  - 第三节 中国广告行业社会环境分析 37
- 第五章 中国广告行业市场运行形势分析 39
  - 第一节 中国广告行业总体经营数据 39
    - 一、中国广告行业经营额增长 39
    - 二、中国广告行业经营单位数量增长 40

三、中国广告行业从业人员增长	40
第二节 中国广告业刊例花费市场监测分析	41
一、中国全媒体广告刊例花费同比增幅	41
二、中国广告刊例花费分媒体表现	43
三、中国全媒体广告刊例花费各行业品类排名	44
第三节 影响广告行业发展的因素分析	46
一、有利因素分析	46
二、不利因素分析	48
第六章 中国广告主要投放行业市场运行态势分析	49
第一节 中国广告投放分行业投放额分析	49
一、前十投放行业品类增长	49
二、降幅最大前五行业品类	49
第二节 中国广告刊例花费分行业市场监测分析	49
一、分行业总体表现	49
二、药品	51
三、食品	52
四、商业及服务性行业	52
五、娱乐及休闲	53
六、邮电通讯	53
七、品牌投放分析	54
第七章 中国主要媒体广告市场运行情况	56
第一节 电视广告	56
一、中国电视广告业总体表现	56
二、中国电视广告业分行业表现	56
三、中国电视广告业分品牌表现	58
四、中国电视广告业分级别表现	60
第二节 广播广告	63
一、中国广播广告业总体表现	63
二、中国广播广告业分行业表现	63
三、中国广播广告业分品牌表现	65
第三节 杂志广告	68
一、中国杂志广告业总体表现	68

二、中国杂志广告业分行业表现	68
三、中国杂志广告业分品牌表现	69
第四节 户外广告	72
一、中国户外广告业总体表现	72
二、中国户外广告业分行业表现	72
三、中国户外广告业分品牌表现	74
第五节 电梯电视广告	77
一、中国电梯电视广告业总体表现	77
二、中国电梯电视广告业分行业表现	77
三、中国电梯电视广告业分品牌表现	78
第六节 影院视频广告	81
一、中国影院视频广告业总体表现	81
二、中国影院视频广告业分行业表现	81
三、中国影院视频广告业分品牌表现	82
第八章 中国网络广告行业发展态势分析	85
第一节 中国网络广告市场规模分析	85
第二节 中国各形式网络广告市场规模分析	86
第三节 中国网络广告行业细分媒体市场分析	87
一、搜索广告	87
二、在线视频广告	89
三、在线视频移动广告	90
四、新闻资讯广告	91
五、移动端新闻资讯广告	91
六、社交广告收入	93
七、移动社交广告收入	94
第四节 中国网络广告市场动态追踪分析	96
一、广告主	96
二、媒体	97
三、营销服务商	98
第五节 中国移动网络广告市场规模分析	99
第九章 中国广告营销之MCN行业发展	100
第一节 MCN行业概述	100

第二节 国外MCN行业发展分析	100
第三节 中国MCN行业发展分析	107
第四节 MCN行业变现模式分析	111
一、广告变现模式	111
二、电商变现模式	113
第五节 MCN行业发展趋势分析	117
第十章 中国广告业重点省市运行走势分析	120
第一节 北京	120
一、北京广告行业发展规模分析	120
二、北京国家广告产业园快速发展	120
三、北京举行“朝阳区世界500强企业广告合规解读”	121
第二节 上海	121
一、上海市广告业发展规模分析	121
二、上海从严治理户外广告	122
第三节 其他重点地区	122
一、广东广告行业发展规模分析	122
二、江苏广告行业发展规模分析	122
三、浙江广告行业发展规模分析	123
四、山东广告行业发展规模分析	123
五、湖南广告行业发展规模分析	123
第十一章 中国商业广告行业竞争格局与竞争行为分析	124
第一节 中国广告行业竞争格局分析	124
一、中国广告行业主要竞争主体	124
二、中国广告业行业集中度低	125
三、中国广告业区域集中程度高	125
四、中国广告业区域经营差距明显	125
五、本土和外资广告公司竞争激烈	126
第二节 中国广告市场竞争对策及建议	126
一、培养专业化高素质的广告人才	126
二、走广告集团化的道路	127
三、提升广告业诚信水平	127
第十二章 中国广告行业重点企业竞争力评价	128

## 第一节 广东省广告集团股份有限公司 128

### 一、企业概况 128

### 二、企业运营情况分析 129

### 三、企业竞争优势 130

### 四、企业未来发展战略 131

## 第二节 北京蓝色光标数据科技股份有限公司 131

### 一、企业概况 131

### 二、企业运营情况分析 132

### 三、企业竞争优势 133

### 四、企业未来发展战略 134

## 第三节 北京华谊嘉信整合营销顾问集团股份有限公司 135

### 一、企业概况 135

### 二、企业运营情况分析 138

### 三、企业竞争优势 139

### 四、企业未来发展战略 141

## 第四节 中视传媒股份有限公司 142

### 一、企业概况 142

### 二、企业运营情况分析 143

### 三、企业竞争优势 144

### 四、企业未来发展战略 145

## 第五节 北京巴士传媒股份有限公司 145

### 一、企业概况 145

### 二、企业运营情况分析 146

### 三、企业竞争优势 147

### 四、企业未来发展战略 148

## 第六节 分众传媒（中国）控股有限公司 148

### 一、企业概况 148

### 二、企业运营情况分析 149

### 三、企业竞争优势 150

### 四、企业未来发展战略 152

## 第十三章 中国各行业广告投放前景预测分析 154

### 第一节 食品饮料行业 154

- 一、白酒 154
- 二、休闲食品 155
- 第二节 医药行业 155
- 第三节 地产行业 156
- 第四节 汽车行业 157
- 第五节 新兴行业/复合型行业 157
- 第六节 品牌发展趋势 158
- 第十四章 中国广告行业发展趋势预测分析 159
- 第一节 中国广告行业媒体发展趋势预测分析 159
  - 一、视频媒体发展趋势 159
  - 二、音频媒体发展趋势 159
  - 三、户外媒体发展趋势 159
  - 四、社交媒体发展趋势 160
- 第二节 中国广告营销行业发展趋势分析 160
  - 一、5G触发的可能性 160
  - 二、人工智能营销的新突破 160
  - 三、从IoT 到IoE 161
  - 四、社交媒体继续发力 161
  - 五、短视频风头不减 161
- 第三节 中国广告行业发展趋势 161
  - 一、整合营销服务能力越来越重要 161
  - 二、创意策划能力不可或缺 162
  - 三、行业集中度将逐步提高 162 略&bull;&bull;&bull;&bull;完整报告请咨询客服

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202312/431025.html>