

2020-2025年中国广告行业市场前景预测及投资方向研究报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2020-2025年中国广告行业市场前景预测及投资方向研究报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/detail/468212.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

广告业发展的根本动力来自市场机制，换句话说，没有市场经济就没有广告业的快速发展。改革开放之前，我国一直实行计划经济体制，在这种体制下广告业无法生存、发展。改革开放之后，特别是我国加入世界贸易组织后社会主义市场经济体制日臻完善，市场机制在资源配置中的基础作用显著增强宏观调控体系越来越完善，以公有制经济为主体、个体和私营等非公有制经济共同发展的格局全面形成。具有中国特色的市场经济体制和制度优势，为我国广告业的跨越发展奠定了体制基础。

目前我国广告行业发展较快，广告营业额从2013年的5019.75亿元增长至2018年的7991.48亿元，复合增速为9.7%。我国广告业从业人员数量同样快速增长，从2013年的262.2万人增长至2018年的558.2万人，复合增速为16.3%。

2013-2018年我国广告营业额统计

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 产业环境透视

第一章 广告产业概述

第一节 广告行业定义与分类

一、广告行业的概念及定义

二、广告行业主要产品分类

三、广告的特征

四、广告的特色功能

第二节 广告行业产业链分析

一、广告行业产业链简介

二、产业链上游发展分析

三、产业链下游发展分析

四、上下游行业影响分析

第三节 广告产品发展所处的阶段

第四节 广告在国民经济中的作用

第二章 国际广告行业发展动向与趋势分析

第一节 全球广告行业发展分析

- 一、全球广告行业的现状
- 二、全球的广告行业的规模
- 三、全球广告行业的发展趋势

第二节 重要国家的广告行业发展分析

- 一、美国广告行业的发展分析
- 二、欧盟广告行业的发展分析
- 三、韩国广告行业的发展分析
- 四、日本广告行业的发展分析

第三章 我国广告行业的市场环境分析及影响分析（pest）

第一节 广告行业政治法律环境（p）

- 一、行业监管部门分析
- 二、行业监管体制分析
- 三、行业相关法律法规和政策

第二节 行业经济环境分析（e）

- 一、宏观经济形势分析
- 二、宏观经济环境对行业的影响分析
- 三、广告及相关行业的经济形势分析
- 四、相关行业的经济形势对广告行业的影响分析

第三节 行业社会环境分析（s）

- 一、广告行业社会环境
- 二、社会环境对行业的影响

第四节 行业技术环境分析（t）

第二部分 行业现状分析

第四章 我国广告行业运行现状分析

第一节 我国广告行业发展状况分析

- 一、我国广告行业发展阶段
- 二、我国广告行业发展总体概况
- 三、我国广告行业发展特点分析

第二节 我国广告行业发展现状

- 一、我国广告行业市场规模
- 二、我国广告行业发展分析
- 三、我国广告企业发展分析

第三节 我国广告所属行业经济指标分析

- 一、我国广告所属行业的盈利能力分析
- 二、我国广告所属行业的运营能力分析
- 三、我国广告所属行业的偿债能力分析
- 四、我国广告所属行业的发展能力分析

第五章 2015-2019年我国广告市场供需形势分析

第一节 2015-2019年广告行业供给分析

- 一、广告行业供给方分析
- 二、广告行业数量分析
- 三、不同广告供给比重分析

第二节 2015-2019年广告行业需求分析

- 一、广告行业需求方分析
- 二、不同类型广告需求的比重分析

第三节 2015-2019年广告行业供需平衡分析

- 一、广告供给方和需求方的关系
- 二、广告行业供需平衡分析

第三部分 行业竞争格局

第六章 2020-2025年广告行业竞争形势

第一节 行业总体市场竞争状况分析

- 一、广告行业竞争结构分析
- 二、广告行业集中度分析
- 三、广告行业SWOT分析

第二节 广告行业竞争五力分析

- 一、广告行业现有竞争者分析
- 二、广告行业新进入者分析
- 三、广告行业替代品威胁
- 四、广告行业上游议价能力
- 五、广告行业下游议价能力

第三节 2015-2019年广告行业竞争格局分析

- 一、2015-2019年国内外广告竞争分析
- 二、2015-2019年我国广告市场竞争分析
- 三、2015-2019年我国广告市场集中度分析
- 四、2015-2019年国内主要广告企业动向

第七章 2020-2025年广告行业竞争格局分析

第一节 不同内容广告竞争格局

一、产品广告竞争分析

二、品牌广告竞争分析

三、观念广告竞争分析

四、公益广告竞争分析

第二节 不同传播媒介广告竞争格局

一、报纸广告竞争分析

二、杂志广告竞争分析

三、电视广告竞争分析

四、电影广告竞争分析

五、网络广告竞争分析

2019年二季度，阿里巴巴核心电商广告收入为419.54亿元，占据31.67%的市场份额；字节跳动广告估算值为263亿元，占据19.06%的市场份额；百度和腾讯市场份额分别为12.86%和12.39%。

2019年Q2上市媒体市场份额分布

六、包装广告竞争分析

七、广播广告竞争分析

八、交通广告竞争分析

九、车体广告竞争分析

第八章 反广告市场分析

第一节 反广告市场概述

第二节 反广告市场发展状况

第三节 反广告市场的前景

第四节 反广告市场对广告行业的影响

第九章 广告行业竞争策略分析

第一节 广告市场竞争策略分析

一、2019年广告市场增长潜力分析

二、2019年广告主要潜力项目分析

三、现有广告竞争策略分析

四、广告潜力项目竞争策略选择

五、典型企业项目竞争策略分析

第二节 广告企业竞争策略分析

- 一、2020-2025年我国广告市场竞争趋势
- 二、2020-2025年广告行业竞争格局展望
- 三、2020-2025年广告行业竞争策略分析
- 四、2020-2025年广告企业竞争策略分析

第十章 2020-2025年我国广告重点企业分析

第一节 奥美广告公司

- 一、企业简介
- 二、企业竞争力分析
- 三、企业经营情况分析
- 四、企业发展战略分析

第二节 分众传媒控股有限公司

- 一、企业简介
- 二、企业竞争力分析
- 三、企业经营情况分析
- 四、企业发展战略分析

第三节 盛世长城国际广告有限公司

- 一、企业简介
- 二、企业竞争力分析
- 三、企业经营情况分析
- 四、企业发展战略分析

第四节 广东省广告股份有限公司

- 一、企业简介
- 二、企业竞争力分析
- 三、企业经营情况分析
- 四、企业发展战略分析

第五节 广州喜马拉雅广告有限公司

- 一、企业简介
- 二、企业竞争力分析
- 三、企业经营情况分析
- 四、企业发展战略分析

第六节 阳狮广告（上海）有限公司

- 一、企业简介
- 二、企业竞争力分析

三、企业经营情况分析

四、企业发展战略分析

第七节 安吉斯媒体（上海）

一、企业简介

二、企业竞争力分析

三、企业经营情况分析

四、企业发展战略分析

第八节 华扬联众数字技术股份有限公司

一、企业简介

二、企业竞争力分析

三、企业经营情况分析

四、企业发展战略分析

第九节 广东英扬传奇广告有限公司

一、企业简介

二、企业竞争力分析

三、企业经营情况分析

四、企业发展战略分析

第十节 麦肯·光明广告有限公司

一、企业简介

二、企业竞争力分析

三、企业经营情况分析

四、企业发展战略分析

第四部分 行业前景预测及投资策略

第十一章 2020-2025年广告行业前景及趋势预测

第一节 2020-2025年广告市场发展前景

一、广告行业市场规模预测

二、广告行业产品结构预测

三、广告行业企业数量预测

第二节 2020-2025年我国广告行业供需预测

一、2020-2025年我国广告行业供给预测

二、2020-2025年我国广告行业需求预测

三、2020-2025年我国广告行业供需平衡预测

第十二章 2020-2025年广告行业投资价值评估

第一节 我国广告行业投资现状分析

一、广告行业投资现状

二、广告行业投资形势

三、广告行业投资机遇

四、广告行业投资风险

第二节 广告行业投资特性分析

一、广告行业进入壁垒分析

二、广告行业盈利因素分析

三、广告行业盈利模式分析

第三节 2020-2025年广告行业发展的影响因素

一、有利因素

二、不利因素

第四节 2020-2025年广告行业投资价值评估分析

第十三章 研究结论及投资建议

第一节 广告行业研究结论及建议（AK LR）

第二节 广告子行业研究结论及建议

第三节 广告行业投资建议

一、行业发展策略建议

二、行业投资方向建议

三、行业投资方式建议

图表目录：

图表 广告的分类

图表 美国广告市场规模

图表 欧盟广告市场规模

图表 韩国广告市场规模

图表 日本广告市场规模

图表 2015-2019年我国城镇居民可支配收入增长趋势图

图表 2015-2019年我国农村居民人均纯收入增长趋势图

图表 2015-2019年中国城乡居民人均收入增长对比图

图表 2015-2019年中国城乡居民恩格尔系数对比表

图表 2015-2019年我国社会固定资产投资额走势图

图表 2015-2019年我国城乡固定资产投资额对比图

图表 2015-2019年我国广告行业市场规模

图表 2015-2019年我国广告行业的发行数量

图表 2015-2019年我国广告行业的营运能力

图表 2015-2019年我国广告行业供应数量

图表 2015-2019年我国广告行业需求数量

更多图表见正文……

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/468212.html>