

2016-2022年中国广告公司 行业监测及投资前景分析报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2016-2022年中国广告公司行业监测及投资前景分析报告》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/201602/130014.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。

广告公司是以广告代理为工作核心，代理广告客户策划广告是广告公司最本质的功能。具体包括为广告客户进行有关商品的市场调查和研究分析工作，为企业发展确立市场目标和广告目标，为代理客户制定广告计划和进行媒体选择。广告公司从自己专业领域出发，为广告客户提供广告主题和实现广告主题的广告创意、构思和策划。

报告目录：

第一部分 市场分析 9

第一章 广告公司行业发展概述 9

第一节 广告公司行业定义 9

一、广告公司定义 9

二、广告公司应用 9

第二节 广告公司行业发展概况 10

一、全球广告公司行业发展简述 10

二、广告公司国内行业现状阐述 12

第三节 广告公司产品发展所处的阶段 20

第四节 广告公司行业地位分析 22

第五节 广告公司行业产业链分析 23

第六节 广告公司行业盈利水平分析 36

第二章 2009-2015年广告公司市场发展现状 40

第一节 广告公司市场规模 40

一、全球广告公司市场规模分析 40

二、中国广告公司市场需求及实际销售量 41

第二节 广告公司生产能力分析 44

第三节 广告公司生产集中度分析 49

一、广告公司产品企业集中度分析 50

二、广告公司产品生产地区集中度分析 51

三、广告公司产品行业经济类型集中度分析 51

第四节 整体分析与预测 53

第三章 广告公司行业竞争格局 58

第一节 国际市场竞争格局 58

第二节 中国市场竞争格局 63

一、行业内现有企业的竞争 63

二、新进入者的威胁 64

三、替代品的威胁 66

四、供应商的讨价还价能力 67

五、购买者的讨价还价能力 68

第三节 国内外重点企业分析 68

一、盛世长城广告公司 68

1、企业概况 68

2、2009-2015年经营状况 69

3、生产规模及技术工艺 75

4、投资规划 76

二、北京电通广告有限公司 77

1、企业概况 77

2、2009-2015年经营状况 77

3、生产规模及技术工艺 83

4、近期项目投资规划 84

三、广东省广告公司 84

1、企业概况 84

2、2009-2015年经营状况 86

3、生产规模及技术工艺 95

4、近期项目投资规划 98

四、中视金桥国际传媒集团 98

1、企业概况 98

2、2009-2015年经营状况 100

3、生产规模及技术工艺 105

4、近期项目投资规划 107

第四章 广告公司行业进出口市场分析	108
第一节 广告公司行业产品出口结构分析	108
第一节 广告公司行业产品进口结构分析	108
第三节 广告公司行业产品进出口区域格局分析	109
一、进口地区格局	109
二、出口地区格局	109
第四节 2011—2015年广告公司行业产品进出口预测	110
第五节 2011—2015年广告公司进出口贸易环境	110
一、人民币不断升值，出口环境日益严峻	110
二、国际竞争加剧将使出口环境更加趋紧	113
三、贸易保护主义更加盛行	113
第二部分 投资前景分析及预测	117
第五章 2011-2015年广告公司行业投资现状分析	117
第一节 广告公司行业投资现状分析	117
一、近几年主要投资项目分析	117
二、广告公司行业投资政策分析	118
三、广告公司行业投资门槛分析	119
第二节 影响广告公司投资的因素分析	119
一、市场走势的利好因素分析	119
二、市场走势的利空因素分析	119
第六章 广告公司行业投资机会与风险	121
第一节 广告公司市场现状总结及前景分析	121
一、广告公司市场趋势	121
二、广告公司行业发展阶段判断	121
三、广告公司行业SWOT分析	123
第二节 广告公司行业投资机会分析	123
一、广告公司行业吸引力分析	123
二、广告公司行业区域投资潜力分析	124
第三节 2016-2022年广告公司行业投资风险防控	125

- 一、经济波动风险及控制策略 125
- 二、市场风险及控制策略分析 125
- 三、管理风险及控制策略分析 125
- 四、技术风险及控制策略分析 127

第七章 广告公司行业投资预测及策略 128

第一节 2016-2022年广告公司行业投资预测 128

第二节 2016-2022年广告公司行业投资策略 132

- 一、宏观策略角度 132
- 二、中观产业角度 133
- 三、微观企业角度 133

图表目录：

- 图表 1 连续九年被访广告公司营业额变化情况比较 13
- 图表 2 连续五年，被访广告公司税后纯利润与去年同期比较 13
- 图表 3 连续三年，被访广告公司将要拓展的业务情况对比 15
- 图表 4 2015年被访广告公司利润最高的业务 19
- 图表 5 广告公司市场需求及广告营业额 41
- 图表 6 2009-2015年被访广告公司在未来一年内业务层面发展方向选择情况 44
- 图表 7 连续三年被访广告公司主要竞争优势 47
- 图表 8 2008年～2015年我国广告公司的绝对集中度 50
- 图表 9 2015年我国广告公司行业产品区域市场集中度分析 51
- 图表 10 广告公司行业环境“波特五力”分析模型 64
- 图表 11 近4年盛世长城广告公司流动资产周转次数变化情况 69
- 图表 12 近4年盛世长城广告公司流动资产周转次数变化情况 69
- 图表 13 近4年盛世长城广告公司产权比率变化情况 70
- 图表 14 近4年盛世长城广告公司产权比率变化情况 70
- 图表 15 近4年盛世长城广告公司销售毛利率变化情况 71
- 图表 16 近4年盛世长城广告公司销售毛利率变化情况 71
- 图表 17 近4年盛世长城广告公司总资产周转次数变化情况 72
- 图表 18 近4年盛世长城广告公司总资产周转次数变化情况 72
- 图表 19 近4年盛世长城广告公司资产负债率变化情况 73

图表 20 近4年盛世长城广告公司资产负债率变化情况	73
图表 21 近4年盛世长城广告公司固定资产周转次数情况	74
图表 22 近4年盛世长城广告公司固定资产周转次数情况	74
图表 23 近4年北京电通广告有限公司流动资产周转次数变化情况	78
图表 24 近4年北京电通广告有限公司流动资产周转次数变化情况	78
图表 25 近4年北京电通广告有限公司产权比率变化情况	78
图表 26 近4年北京电通广告有限公司产权比率变化情况	79
图表 27 近4年北京电通广告有限公司销售毛利率变化情况	79
图表 28 近4年北京电通广告有限公司销售毛利率变化情况	79
图表 29 近4年北京电通广告有限公司总资产周转次数变化情况	80
图表 30 近4年北京电通广告有限公司总资产周转次数变化情况	80
图表 31 近4年北京电通广告有限公司资产负债率变化情况	81
图表 32 近4年北京电通广告有限公司资产负债率变化情况	81
图表 33 近4年北京电通广告有限公司固定资产周转次数情况	82
图表 34 近4年北京电通广告有限公司固定资产周转次数情况	82
图表 35 广东省广告公司负债能力分析表	86
图表 36 广东省广告公司利润能力分析表	89
图表 37 广东省广告公司财务指标分析表	91
图表 38 中视金桥国际传媒集团负债能力分析表	100
图表 39 中视金桥国际传媒集团财务指标分析表	102
图表 40 中视金桥国际传媒集团综合损益分析表	103
图表 41 中视金桥国际传媒集团现金流量分析表	104
图表 42 我国广告公司行业产品出口结构分析	108
图表 43 我国广告公司行业产品进口结构分析	108
图表 44 我国广告公司行业产品进口国别分析	109
图表 45 我国广告公司行业产品主要出口国家及地区	109

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201602/130014.html>