

2020-2026年中国广告公司 行业分析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

一、报告报价

《2020-2026年中国广告公司行业分析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/202005/164344.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。从样本喜爱广告类型来看，41.1%样本关注日用消费类广告，关注度最高为，主要由于此类消费品为居民消费必需品；40.8%样本喜爱家电、手机等电子产品广告，24.3%样本关注汽车类广告，反映样本群体收入较高引发对电子产品、汽车的消费需求；38.8%样本关注娱乐类广告，排名第三，反映样本群体对文化娱乐消费追求较强，其关注度仅略低于反映日常必需消费的日用消费广告，其背后是居民娱乐文化消费习惯的养成，反映了居民未来在电影、游戏等方面的消费潜力。喜爱广告类型的分布情况移动广告市场保持高速增长

中企顾问网发布的《2020-2026年中国广告公司行业分析与发展前景预测报告》共四章。首先介绍了中国广告公司行业市场发展环境、广告公司整体运行态势等，接着分析了中国广告公司行业市场运行的现状，然后介绍了广告公司市场竞争格局。随后，报告对广告公司做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国广告公司行业发展趋势与投资预测。您若想对广告公司产业有个系统的了解或者想投资中国广告公司行业，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：第一章 2019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、金融危机中对海外广告市场的影响分析
第二节 2019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 2020-2026年世界广告业发展趋势分析
第二章 2019年中国广告行业运行态势分析
第一节 2019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 2019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 2019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 2019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 2019年中国广告市场运行形势分析
第一节 2019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 2019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 2019年央视广告招标一

、2015-2019年历年招标金额二、2019年央视招标行业结构第四节 2019年广告投放情况分析一、2019年广告投放分析二、2019年广告投放媒体排名三、2019年广告投放品牌排名 第四章 2019年中国本土广告企业运行格局分析第一节 2019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 2019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 2019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 2019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 2019年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 2019年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 OMNICO集团一、OMNICO集团简介二、2019年OMNICO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 INTERPUBLIC GROUP一、INTERPUBLIC简介二、2019年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PBS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滩新型广告市场四、电通集团经营状况分析 第七章 2019年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、卖场终端联播网五、公寓电梯联播网（框架）六、商旅人士联播网七、2015-2019年经营发展状况第二节 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、企业偿债能力分析五、企业运营能力分析六、企业成

长能力分析
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、企业偿债能力分析五、企业运营能力分析六、企业成长能力分析
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、企业偿债能力分析五、企业运营能力分析六、企业成长能力分析
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、企业偿债能力分析五、企业运营能力分析六、企业成长能力分析
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、企业偿债能力分析五、企业运营能力分析六、企业成长能力分析
第七节 成都博瑞传播股份有限公司一、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、企业偿债能力分析五、企业运营能力分析六、企业成长能力分析
第八章 2020-2026年中国广告产业发展前景与趋势预测分析
第一节 2020-2026年中国广告行业发展趋势预测一、我国广告市场未来几年发展潜力巨大二、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 2020-2026年中国广告行业发展趋势及预测一、2020-2026年我国报刊广告市场发展预测二、2020-2026年我国网络广告市场发展预测三、2020-2026年我国车载移动电视广告市场预测四、2020-2026年中国广告市场预测
第九章 2020-2026年中国广告产业投资机会与投资风险分析
第一节 2019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 2020-2026年中国广告业投资机会分析一、金融危机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 2020-2026年中国广告业投资风险分析
第四节 投资建议
图表目录：
(部分) 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：2007-2019年全球广告支出额及增长趋势图
图表：2007-2019年全球区域广告支出额一览表
图表：2007-2019年世界前十大广告集团排名
图表：1981-2019年中国广告经营额及变化趋势图
图表：2019年不同媒体广告份额
图表：2019年不同媒体广告份额
图表：2019年各行业广告投放额
图表：2019年媒体投放地区分布图
图表：2002-2019年央视广告招标金额增速变化图(万元)
图表：2019年央视招标部分企业中标金额(万元)
图表：2019年电视投放排名
图表：2019年报纸投放排名
图表：2019年杂志投放排名
图表：2019年电台投放排名
图表：2019年户外投放排名
图表：2019年化妆品、浴室用品广告投放品牌
图表：2019年商业及服务性行业广告投放品牌
图表：2019年食品广告投放品牌
图表：2019年饮料广告投放品牌
图表：2019年药品广告投放品牌
图表：2019年度中国广告公司营业额前10名排序
图表：2019年度中国广告公司营业收入前10名排序：图

表：2019年度中国广告公司（非户外类）营业收入前10名排序：

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202005/164344.html>