

# 2020年中国广告市场分析报告- 市场规模现状与发展趋势分析

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2020年中国广告市场分析报告-市场规模现状与发展趋势分析》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：<http://baogao.chinabaogao.com/guanggaochuanmei/479255479255.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

### 【报告大纲】

#### 第一章2017-2020年全球广告产业运行总况

##### 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2017-2020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

##### 第三节世界广告业发展趋势分析

#### 第二章2017-2020年中国广告行业运行新态势分析

##### 第一节2017-2020年中国广告业运行总况

- 一、中国广告业规模
- 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2017-2020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2017-2020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2017-2020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2017-2020年中国广告市场运行形势分析

#### 第一节2017-2020年中国广告市场规模分析

- 一、中国广告市场规模
- 二、中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2017-2020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2017-2020年央视广告招标

- 一、2012-2020年历年招标金额
- 二、2017-2020年央视招标行业结构

#### 第四节2017-2020年广告投放情况分析

- 一、广告投放分析
- 二、广告投放媒体排名
- 三、广告投放品牌排名

### 第四章2017-2020年中国本土广告企业运行新格局分析

#### 第一节2017-2020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2017-2020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2017-2020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2017-2020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2017-2020年中国三大主流广告媒体透析

##### 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、中国广播媒体价值继续攀升
- 二、广播的独特广告价值优势
- 三、中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、中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 世界五大广告集团运行浅析

##### 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OMNICOM集团

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业产品服务分析
- 三、企业发展现状分析
- 四、企业竞争优势分析

## 第三节WPP集团

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业产品服务分析
- 三、企业发展现状分析
- 四、企业竞争优势分析

## 第四节INTERPUBLICGROUP

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业产品服务分析
- 三、企业发展现状分析
- 四、企业竞争优势分析

## 第五节阳狮集团

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业产品服务分析
- 三、企业发展现状分析
- 四、企业竞争优势分析

## 第六节日本电通集团

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业产品服务分析
- 三、企业发展现状分析
- 四、企业竞争优势分析

## 第七章中国广告主体企业竞争力分析与关键性财务数据分析

### 第一节分众传媒（中国）控股有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业产品服务分析
- 三、企业发展现状分析
- 四、企业竞争优势分析

### 第二节中视传媒股份有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业产品服务分析

### 三、企业发展现状分析

### 四、企业竞争优势分析

#### 第三节北京巴士传媒股份有限公司

##### 一、企业发展简况分析

##### 二、企业产品服务分析

##### 三、企业发展现状分析

##### 四、企业竞争优势分析

#### 第四节湖南电广传媒股份有限公司

##### 一、企业发展简况分析

##### 二、企业产品服务分析

##### 三、企业发展现状分析

##### 四、企业竞争优势分析

#### 第五节广东九州阳光传媒股份有限公司

##### 一、企业发展简况分析

##### 二、企业产品服务分析

##### 三、企业发展现状分析

##### 四、企业竞争优势分析

#### 第六节陕西广电网络传媒股份有限公司

##### 一、企业发展简况分析

##### 二、企业产品服务分析

##### 三、企业发展现状分析

##### 四、企业竞争优势分析

#### 第七节成都博瑞传播股份有限公司

##### 一、企业发展简况分析

##### 二、企业产品服务分析

##### 三、企业发展现状分析

##### 四、企业竞争优势分析

## 第八章中国广告产业前景展望与趋势预测

### 第一节中国广告行业发展趋势预测

- 一、中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

### 第二节中国广告行业态势预测

- 一、中国报刊广告市场发展预测
- 二、中国网络广告市场发展预测
- 三、中国车载移动电视广告市场预测
- 四、中国广告市场预测

## 第九章中国广告产业前景展望与趋势预测

### 第一节2021-2026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

### 第三节中国广告业投资风险预警

- 一、金融风险
- 二、技术风险
- 三、政策风险
- 四、其它风险

### 第四节投资建议

#### 部分图表目录：

- 图表1：2017-2020年世界广告业收入分析
- 图表2：2020年世界广告业收入地区分布
- 图表3：2020年世界广告业收入媒体类型分布
- 图表4：2020年世界广告业收入行业类型分布
- 图表5：2020年全国市场各行业广告投放变化
- 图表6：同比增长最快的前二十行业小类
- 图表7：2020年央视黄金广告招标会企业中标价格一览
- 图表8：新闻联播10秒广告中标价格
- 图表9：2017-2020年全国广告市场月度投放变化
- 图表10：2017-2020年电视广告市场月度投放变化

图表11：四大媒体广告花费同比变化

图表12：2020年全国市场广告主投放排名及变化

图表13：重点广告主分媒体类型投放变化及对比

图表详见报告正文 . . . . . (ZSAM)

### 【简介】

中国报告网是观研天下集团旗下打造的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2020年中国广告市场分析报告-市场规模现状与发展趋势分析》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。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、阿里巴巴、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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家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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/guanggaochuanmei/479255479255.html>