

中国广告行业现状深度研究与未来投资调研报告 (2022-2029年)

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《中国广告行业现状深度研究与未来投资调研报告（2022-2029年）》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://www.chinabaogao.com/baogao/202211/618517.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

广告，顾名思义，就是广而告之，向社会广大公众告知某件事物。广告就其含义来说，有广义和狭义之分。非经济广告是指不以营利为目的的广告，如政府公告，政党、宗教、教育、文化、市政、社会团体等方面的启事、声明等。经济广告是指以营利为目的的广告，通常是商业广告，它是为推销商品或提供服务，以付费方式通过广告媒体向消费者或用户传播商品或服务信息的手段。商品广告就是这样的经济广告。

我国广告行业相关政策

近些年来，为了促进广告行业的发展，我国陆续发布了许多政策，如2022年中共中央办公厅、国务院办公厅发布的《“十四五”文化发展规划》加强公益广告宣传。统筹开展诚信教育、勤俭节约教育、劳动创造幸福主题宣传教育。

我国广告行业相关政策

发布时间

发布部门

政策名称

主要内容

2021年2月

国务院

国务院关于新时代支持革命老区振兴发展的意见

推动红色旅游高质量发展，建设红色旅游融合发展示范区，支持中央和地方各类媒体通过新闻报道、公益广告等多种方式宣传推广红色旅游。

2021年6月

国务院

全民科学素质行动规划纲要(2021—2035年)

鼓励公益广告增加科学传播内容，实现科普内容多渠道全媒体传播。

2021年7月

国务院办公厅

全国深化“放管服”改革着力培育和激发市场主体活力电视电话会议重点任务分工方案

修订互联网广告管理暂行办法，进一步加大对违法互联网广告的惩治力度。研究

2021年8月

国务院

全民健身计划(2021—2025年)

普及全民健身文化，加大公益广告创作和投放力度，大力弘扬体育精神，讲好群众健身故事。

2021年11月

国家广播电视总局

国家广播电视总局关于开展智慧广电服务乡村振兴专项行动的通知

开设“乡村振兴”类专栏专题，强化“三农”类节目和公益广告的制作播出，推动品牌综艺节目策划创意融入乡村振兴主题，开展乡村振兴系列专题报道，挖掘乡村振兴优秀典型案例，构筑起全平台联动、专题化聚合、立体化呈现、多样化展示的强大矩阵，奏响乡村振兴时代强音。

2022年1月

国家发改委

关于推动平台经济规范健康持续发展的若干意见

强化平台广告导向监管，对重点领域广告加强监管。

2022年1月

国务院

“十四五”旅游业发展规划

鼓励各地区开办旅游类专业节目栏目，加强旅游公益广告创作播出，积极发布旅游相关提示信息，做好正面宣传，引导理性维权。

2022年3月

中共中央办公厅、国务院办公厅

关于推进社会信用体系建设高质量发展促进形成新发展格局的意见

依法打击制假售假、违法广告、虚假宣传等行为，加强预付费消费监管，对侵害消费者权益的违法行为依法进行失信联合惩戒；

2022年5月

中共中央办公厅、国务院办公厅

乡村建设行动实施方案

全面清理私搭乱建、乱堆乱放，整治残垣断壁，加强农村电力线、通信线、广播电视线“三线”维护梳理工作，整治农村户外广告

2022年8月

中共中央办公厅、国务院办公厅

“十四五”文化发展规划

加强公益广告宣传。统筹开展诚信教育、勤俭节约教育、劳动创造幸福主题宣传教育。

资料来源：观研天下整理

部分省市广告行业相关政策

为了响应国家号召，各省市积极推动广告行业的发展，比如上海市发布的《上海市助行业强主体稳增长的若干政策措施》支持广告行业恢复发展。对提供广告服务的单位和个人，按照其2022年第四季度实际缴纳文化事业建设费的50%给予资金支持。

部分省市广告行业相关政策

省份

发布时间

政策名称

主要内容

上海市

2022年9月

上海市助行业强主体稳增长的若干政策措施

支持广告行业恢复发展。对提供广告服务的单位和个人，按照其2022年第四季度实际缴纳文化事业建设费的50%给予资金支持。

福建省

2021年2月

福建省加快金融业发展更好服务全方位推动高质量发展超越的若干措施

强化金融广告治理协作机制，提升金融广告监测、甄别和处置工作实效。

内蒙古自治区

2022年5月

内蒙古自治区人民政府办公厅关于大力发展首店首发经济促进服务业高质量发展若干政策措施的通知

健全新品发布传播、传媒、广告、策划等专业服务体系，充分利用政府主导的展会，组织首店开展宣传发布活动。

天津市

2022年9月

天津市贯彻落实“十四五”市场监管现代化规划实施方案

完善本市整治虚假违法广告联席会议工作制度和综合治理机制，加强互联网广告监测能力建设，落实平台企业广告审核责任，严厉查处线上线下市场虚假违法广告行为。

江苏省

2021年10月

江苏省“十四五”文化和旅游发展规划

鼓励建设基于大数据的文化和旅游市场经济运行监测体系，开展旅游推广工作绩效评价，加大旅游广告自主投放，提高旅游营销针对性和有效性。

河南省

2022年8月

高质量推进信用河南建设促进形成新发展格局实施方案

健全消费者权益保护制度，加强健身娱乐、美容美发等行业预付费监管，依法打击制假售假、虚假广告、虚假宣传和电商恶意刷单、恶意评价等违法失信行为。

湖北省

2022年2月

湖北省市场监管“十四五”规划

优化广告市场监管。健全整治虚假违法广告联席会议协同监管机制，加强广告导向监管，完善限期整改、约谈告诫、协同监管制度，优化广告“监测监管+执法办案+案例通报”一体化工作机制，构建政府领导、部门联动、行业自律、公众参与、社会监督、综合治理的广告市场共治格局。提升广告监测技术水平，加强互联网广告监测能力建设，推动互联网平台落实广告审查责任，加强互联网直播等新型广告研究和监测监管。

资料来源：观研天下整理（XD）

观研报告网发布的《中国广告行业现状深度研究与未来投资调研报告（2022-2029年）》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，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。行业报告是业内企业、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、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。

【目录大纲】

第一章 2018-2022年中国广告行业发展概述

第一节 广告行业发展情况概述

- 一、广告行业相关定义
- 二、广告特点分析
- 三、广告行业基本情况介绍
- 四、广告行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售/服务模式
- 五、广告行业需求主体分析

第二节 中国广告行业生命周期分析

- 一、广告行业生命周期理论概述
- 二、广告行业所属的生命周期分析

第三节 广告行业经济指标分析

- 一、广告行业的赢利性分析
- 二、广告行业的经济周期分析
- 三、广告行业附加值的提升空间分析

第二章 2018-2022年全球广告行业市场发展现状分析

第一节 全球广告行业发展历程回顾

第二节 全球广告行业市场规模与区域分布情况

第三节 亚洲广告行业地区市场分析

- 一、亚洲广告行业市场现状分析
- 二、亚洲广告行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲广告行业市场前景分析

第四节 北美广告行业地区市场分析

- 一、北美广告行业市场现状分析
- 二、北美广告行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美广告行业市场前景分析

第五节 欧洲广告行业地区市场分析

- 一、欧洲广告行业市场现状分析
- 二、欧洲广告行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧洲广告行业市场前景分析

第六节 2022-2029年世界广告行业分布走势预测

第七节 2022-2029年全球广告行业市场规模预测

第三章 中国广告行业产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

第二节 我国宏观经济环境对广告行业的影响分析

第三节 中国广告行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

三、主要行业标准

第四节 政策环境对广告行业的影响分析

第五节 中国广告行业产业社会环境分析

第四章 中国广告行业运行情况

第一节 中国广告行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国广告行业市场规模分析

一、影响中国广告行业市场规模的因素

二、中国广告行业市场规模

三、中国广告行业市场规模解析

第三节 中国广告行业供应情况分析

一、中国广告行业供应规模

二、中国广告行业供应特点

第四节 中国广告行业需求情况分析

一、中国广告行业需求规模

二、中国广告行业需求特点

第五节 中国广告行业供需平衡分析

第五章 中国广告行业产业链和细分市场分析

第一节 中国广告行业产业链综述

一、产业链模型原理介绍

二、产业链运行机制

三、广告行业产业链图解

第二节 中国广告行业产业链环节分析

- 一、上游产业发展现状
- 二、上游产业对广告行业的影响分析
- 三、下游产业发展现状
- 四、下游产业对广告行业的影响分析
- 第三节 我国广告行业细分市场分析
 - 一、细分市场一
 - 二、细分市场二

第六章 2018-2022年中国广告行业市场竞争分析

第一节 中国广告行业竞争现状分析

- 一、中国广告行业竞争格局分析
- 二、中国广告行业主要品牌分析
- 第二节 中国广告行业集中度分析
 - 一、中国广告行业市场集中度影响因素分析
 - 二、中国广告行业市场集中度分析
- 第三节 中国广告行业竞争特征分析
 - 一、企业区域分布特征
 - 二、企业规模分布特征
 - 三、企业所有制分布特征

第七章 2018-2022年中国广告行业模型分析

第一节 中国广告行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、波特五力模型原理
- 二、供应商议价能力
- 三、购买者议价能力
- 四、新进入者威胁
- 五、替代品威胁
- 六、同业竞争程度
- 七、波特五力模型分析结论

第二节 中国广告行业SWOT分析

- 一、SOWT模型概述
- 二、行业优势分析
- 三、行业劣势
- 四、行业机会
- 五、行业威胁

六、中国广告行业SWOT分析结论

第三节 中国广告行业竞争环境分析（PEST）

一、PEST模型概述

二、政策因素

三、经济因素

四、社会因素

五、技术因素

六、PEST模型分析结论

第八章 2018-2022年中国广告行业需求特点与动态分析

第一节 中国广告行业市场动态情况

第二节 中国广告行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 广告行业成本结构分析

第四节 广告行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、其他因素

第五节 中国广告行业价格现状分析

第六节 中国广告行业平均价格走势预测

一、中国广告行业平均价格趋势分析

二、中国广告行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国广告行业所属行业运行数据监测

第一节 中国广告行业所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国广告行业所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国广告行业所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第十章 2018-2022年中国广告行业区域市场现状分析

第一节 中国广告行业区域市场规模分析

一、影响广告行业区域市场分布的因素

二、中国广告行业区域市场分布

第二节 中国华东地区广告行业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区广告行业市场分析

(1) 华东地区广告行业市场规模

(2) 华南地区广告行业市场现状

(3) 华东地区广告行业市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区广告行业市场分析

(1) 华中地区广告行业市场规模

(2) 华中地区广告行业市场现状

(3) 华中地区广告行业市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区广告行业市场分析

(1) 华南地区广告行业市场规模

(2) 华南地区广告行业市场现状

(3) 华南地区广告行业市场规模预测

第五节 华北地区广告行业市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区广告行业市场分析

- (1) 华北地区广告行业市场规模
- (2) 华北地区广告行业市场现状
- (3) 华北地区广告行业市场规模预测

第六节 东北地区市场分析

- 一、东北地区概述
- 二、东北地区经济环境分析
- 三、东北地区广告行业市场分析
 - (1) 东北地区广告行业市场规模
 - (2) 东北地区广告行业市场现状
 - (3) 东北地区广告行业市场规模预测

第七节 西南地区市场分析

- 一、西南地区概述
- 二、西南地区经济环境分析
- 三、西南地区广告行业市场分析
 - (1) 西南地区广告行业市场规模
 - (2) 西南地区广告行业市场现状
 - (3) 西南地区广告行业市场规模预测

第八节 西北地区市场分析

- 一、西北地区概述
- 二、西北地区经济环境分析
- 三、西北地区广告行业市场分析
 - (1) 西北地区广告行业市场规模
 - (2) 西北地区广告行业市场现状
 - (3) 西北地区广告行业市场规模预测

第九节 2022-2029年中国广告行业市场规模区域分布预测

第十一章 广告行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
 - 1、主要经济指标情况
 - 2、企业盈利能力分析
 - 3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

.....

第十二章 2022-2029年中国广告行业发展前景分析与预测

第一节 中国广告行业未来发展前景分析

一、广告行业国内投资环境分析

二、中国广告行业市场机会分析

三、中国广告行业投资增速预测

第二节 中国广告行业未来发展趋势预测

第三节 中国广告行业规模发展预测

一、中国广告行业市场规模预测

二、中国广告行业市场规模增速预测

三、中国广告行业产值规模预测

四、中国广告行业产值增速预测

五、中国广告行业供需情况预测

第四节 中国广告行业盈利走势预测

第十三章 2022-2029年中国广告行业进入壁垒与投资风险分析

第一节 中国广告行业进入壁垒分析

一、广告行业资金壁垒分析

二、广告行业技术壁垒分析

三、广告行业人才壁垒分析

四、广告行业品牌壁垒分析

五、广告行业其他壁垒分析

第二节 广告行业风险分析

一、广告行业宏观环境风险

二、广告行业技术风险

三、广告行业竞争风险

四、广告行业其他风险

第三节 中国广告行业存在的问题

第四节 中国广告行业解决问题的策略分析

第十四章 2022-2029年中国广告行业研究结论及投资建议

第一节 观研天下中国广告行业研究综述

一、行业投资价值

二、行业风险评估

第二节 中国广告行业进入策略分析

一、目标客户群体

二、细分市场选择

三、区域市场的选择

第三节 广告行业营销策略分析

一、广告行业产品策略

二、广告行业定价策略

三、广告行业渠道策略

四、广告行业促销策略

第四节 观研天下分析师投资建议

图表详见报告正文

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202211/618517.html>