

中国广告行业发展趋势研究与未来投资分析报告 (2026-2033年)

报告大纲

一、报告简介

观研报告网发布的《中国广告行业发展趋势研究与未来投资分析报告（2026-2033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：<https://www.chinabaogao.com/baogao/202604/789041.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: sales@chinabaogao.com

联系人：客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，页面图表可能存在缺失；格式美观性可能有欠缺，实际报告排版规则、美观；可联系客服索取更完整的目录大纲。

二、报告目录及图表目录

广告是指为了商业或其他目的而作的付费信息发布。广告业是现代服务业和文化产业的重要组成部分，在塑造品牌、展示形象，推动创新、促进发展，引导消费、拉动内需，传播先进文化、构建和谐社会等方面发挥着积极作用。

从业务收入来看，2021年到2025年我国事业单位和规上企业广告业务收入为先降后增趋势，到2025年我国事业单位和规模以上企业广告业务收入首次突破2万亿元，为20502.1亿元，同比增长32.6%。

数据来源：市场监管总局、观研天下整理

从细分市场来看，2025年我国广告行业中互联网广告占比最高，达到了66.2%，业务收入达13574.3亿元，同比增长34.6%。

数据来源：市场监管总局、观研天下整理

从广告发布环节来看，2025年我国广告发布环节中占比最高的为互联网广告发布，发布收入12518.4亿元，占各类媒介广告发布收入的比重增长至89.1%。

数据来源：市场监管总局、观研天下整理

从各省市广告收入来看，在2025年全国有19个省份广告业务收入超过100亿元，其中北京、上海、广东和浙江四省市收入合计14041.8亿元，占全国广告业务收入的68.5%。

数据来源：市场监管总局、观研天下整理

政策方面，为促进广告行业的发展，我国发布了多项行业政策，如2025年11月文化和旅游部、中国民航局发布的《文化和旅游与民航业融合发展行动方案》支持利用机场广告牌、航空杂志、机上娱乐系统等开展文化和旅游公益宣传，在候机休息室、机舱座椅后袋等投放文化和旅游宣传资料。

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
文化和旅游部、中国民航局	2025年11月	文化和旅游部、中国民航局	文化和旅游与民航业融合发展行动方案	支持利用机场广告牌、航空杂志、机上娱乐系统等开展文化和旅游公益宣传，在候机休息室、机舱座椅后袋等投放文化和旅游宣传资料。
商务部等9部门	2025年9月	商务部等9部门	关于促进住宿业高质量发展的指导意见	推动酒店电视实现一键看直播、一个遥控器看电视、开机无广告、超高清直播频道服务等，提供优质便捷的看电视体验。
商务部等9部门	2025年9月	商务部等9部门	关于促进服务出口的若干政策措施	鼓励中国出口信用保险公司和其他保险机构加大对服务出口的支持力度，在运输、维修维护、互联网广告等支持领域基础上进一步扩大覆盖面，在风险可控的前提下，提升承保能力和水平，优化理赔服务质效，为服务出口提供更全面的风

险保障。2025年9月 财政部、商务部 关于开展消费新业态新模式新场景试点工作的通知 支持打造一批首发中心、首发经济集聚区，在重点商圈商街、创意园区、文化场所等打造多层次的新品发布平台载体，集聚一批传播、传媒、广告、策划等专业服务机构。2025年7月 农业农村部、国家发展改革委、教育部等部门 促进农产品消费实施方案 组织国家级农产品产地市场、农业农村部定点市场开展“地道风物乐享生活”主题促消费活动，加大时令农产品上市期营销促销力度。实施“广告助农”行动。2025年2月 商务部 关于进一步用好广交会平台 服务乡村振兴扩大消费帮扶的通知 请外贸中心对现有乡村振兴特色产品展区进行优化升级，通过完善展区设计、提供特装服务、增加引导标识、扩大广告宣传、线上线下引流、提供翻译服务等措施，进一步优化服务、提升展区形象。2025年2月 市场监管总局等五部门 优化消费环境三年行动方案（2025—2027年） 规范广播电视领域订阅、收费等行为，治理电视“套娃”收费、诱导消费。持续开展网络市场监管专项行动，重拳打击网络市场中流量造假、刷单炒信、低俗带货、违法广告等违法行为。

资料来源：观研天下整理（XD）

注：上述信息仅供参考，图表均为样式展示，具体数据、坐标轴与数据标签详见报告正文。个别图表由于行业特性可能会有出入，具体内容请联系客服确认，以报告正文为准。更多图表和内容详见报告正文。

· 关于行业报告

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的必备工具，本报告是全面了解本行业、制定正确竞争战略和投资决策的重要依据。

· 报告内容涵盖

观研报告网发布的《中国广告行业发展趋势研究与未来投资分析报告（2026-2033年）》数据丰富，内容详实，整体图表数量达到130个以上，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，帮助业内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。

· 报告数据来源

报告数据来源包括：国家统计局、海关总署等国家统计局部门；行业协会、科研院所等业内权威机构；各方合作数据库以及观研天下自有的数据中心；以及对业内专家访谈调研的一手数据信息等。

我们的数据已被官方媒体、证券机构、上市公司、高校部门等多方认可并广泛引用。（如需数据引用案例请联系观研天下客服索取）

报告主要图表介绍

图（部分）

表（部分）

2021-2025年行业市场规模

行业相关政策

2021-2025年行业产量

行业相关标准

2021-2025年行业销量

PEST模型分析结论

2025年行业成本结构情况

行业所属行业企业数量分析

2021-2025年行业平均价格走势

行业所属行业资产规模分析

2021-2025年行业毛利率走势

行业所属行业流动资产分析

2021-2025年行业细分市场1市场规模

行业所属行业销售规模分析

2026-2033年行业细分市场1市场规模及增速预测

行业所属行业负债规模分析

2021-2025年行业细分市场2市场规模

行业所属行业利润规模分析

2026-2033年行业细分市场2市场规模及增速预测

所属行业产值分析

2021-2025年全球行业市场规模

所属行业盈利能力分析

2025年全球行业区域市场规模分布

所属行业偿债能力分析

2021-2025年亚洲行业市场规模

所属行业营运能力分析

2026-2033年亚洲行业市场规模预测

所属行业发展能力分析

2021-2025年北美行业市场规模

企业1营业收入构成情况

2026-2033年北美行业市场规模预测

企业1主要经济指标分析

2021-2025年欧洲行业市场规模

企业1盈利能力分析

2026-2033年欧洲行业市场规模预测

企业1偿债能力分析

2026-2033年全球行业市场规模分布预测

企业1运营能力分析

2026-2033年全球行业市场规模预测

企业1成长能力分析

2025年行业区域市场规模占比

企业2营业收入构成情况

2021-2025年华东地区行业市场规模

企业2主要经济指标分析

2026-2033年华东地区行业市场规模预测

企业2盈利能力分析

2021-2025年华中地区行业市场规模

企业2偿债能力分析

2026-2033年华中地区行业市场规模预测

企业2运营能力分析

2021-2025年华南地区行业市场规模

企业2成长能力分析

2026-2033年华南地区行业市场规模预测

企业3营业收入构成情况

2021-2025年华北地区行业市场规模

企业3主要经济指标分析

2026-2033年华北地区行业市场规模预测

企业3盈利能力分析

2021-2025年东北地区行业市场规模

企业3偿债能力分析

2026-2033年东北地区行业市场规模预测

企业3运营能力分析

2021-2025年西南地区行业市场规模

企业3成长能力分析

2026-2033年西南地区行业市场规模预测

企业4营业收入构成情况

2021-2025年西北地区行业市场规模

企业4主要经济指标分析

2026-2033年西北地区行业市场规模预测

企业4盈利能力分析

2026-2033年行业市场分布预测

企业4偿债能力分析

2026-2033年行业投资增速预测

企业4运营能力分析

2026-2033年行业市场规模及增速预测

企业4成长能力分析

2026-2033年行业产值规模及增速预测

企业5营业收入构成情况

2026-2033年行业成本走势预测

企业5主要经济指标分析

2026-2033年行业平均价格走势预测

企业5盈利能力分析

2026-2033年行业毛利率走势

企业5偿债能力分析

行业所属生命周期

企业5运营能力分析

行业SWOT分析

企业5成长能力分析

行业产业链图

企业6营业收入构成情况

.....

.....

图表数量合计

130+

· 关于我们

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以及十四年的数据累积资源，研究领域覆盖到各大小细分行业，已经为上万家企业单位、政府部门、咨询机构、金融机构、行业协会、高等院校、行业投资者等提供了专业的报告及定制报告，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。

目录大纲：

【第一部分 行业基本情况与监管】

第一章 广告 行业基本情况介绍

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 行业供需主体介绍

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

第二节 中国广告 行业发展历程

第三节 中国广告行业经济地位分析

第二章 中国广告 行业监管分析

第一节 中国广告 行业监管制度分析

一、行业主要监管体制

二、行业准入制度

第二节 中国广告 行业政策法规

一、行业主要政策法规

二、主要行业标准分析

第三节 国内监管与政策对广告 行业的影响分析

【第二部分 行业环境与全球市场】

第三章 中国广告 行业发展环境分析

第一节 中国宏观经济发展现状

第二节 中国对外贸易环境与影响分析

第三节 中国广告 行业宏观环境分析（PEST模型）

一、PEST模型概述

二、政策环境影响分析

三、经济环境影响分析

四、社会环境影响分析

五、技术环境影响分析

第四节 中国广告 行业环境分析结论

第四章 全球广告 行业发展现状分析

第一节 全球广告 行业发展历程回顾

第二节 全球广告 行业规模分布

一、2021-2025年全球广告 行业规模

二、全球广告 行业市场区域分布

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、2021-2025年亚洲广告 行业市场规模与需求分析

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、2021-2025年北美广告 行业市场规模与需求分析

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、2021-2025年欧洲广告 行业市场规模与需求分析

三、欧洲广告 行业市场前景分析

第六节 2026-2033年全球广告 行业分布走势预测

第七节 2026-2033年全球广告 行业市场规模预测

【第三部分 国内现状与企业案例】

第五章 中国广告 行业运行情况

第一节 中国广告 行业发展介绍

一、广告行业发展特点分析

二、广告行业技术现状与创新情况分析

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、2021-2025年中国广告 行业市场规模

三、中国广告行业市场规模数据解读

第三节 中国广告 行业供应情况分析

一、2021-2025年中国广告 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、2021-2025年中国广告 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

- 第六章 中国广告 行业经济指标与需求特点分析
 - 第一节 中国广告 行业市场动态情况
 - 第二节 广告 行业成本与价格分析
 - 一、广告行业价格影响因素分析
 - 二、广告行业成本结构分析
 - 三、2021-2025年中国广告 行业价格现状分析
 - 第三节 广告 行业盈利能力分析
 - 一、广告 行业的盈利性分析
 - 二、广告 行业附加值的提升空间分析
 - 第四节 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
 - 第五节 中国广告 行业的经济周期分析

- 第七章 中国广告 行业产业链及细分市场分析
 - 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 中国广告 行业细分市场分析
 - 一、中国广告 行业细分市场结构划分
 - 二、细分市场分析——市场1

1. 2021-2025年市场规模与现状分析

2. 2026-2033年市场规模与增速预测

三、细分市场分析——市场2

1.2021-2025年市场规模与现状分析

2. 2026-2033年市场规模与增速预测

(细分市场划分详情请咨询观研天下客服)

第八章 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

第四节 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 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、2021-2025年华东地区广告 行业市场规模

2、华东地区广告 行业市场现状

3、2026-2033年华东地区广告 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、2021-2025年华中地区广告 行业市场规模

2、华中地区广告 行业市场现状

3、2026-2033年华中地区广告 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、2021-2025年华南地区广告 行业市场规模

2、华南地区广告 行业市场现状

3、2026-2033年华南地区广告 行业市场规模预测

第五节 华北地区市场分析

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、2021-2025年华北地区广告 行业市场规模

2、华北地区广告 行业市场现状

3、2026-2033年华北地区广告 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、2021-2025年东北地区广告 行业市场规模

2、东北地区广告 行业市场现状

3、2026-2033年东北地区广告 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、2021-2025年西南地区广告 行业市场规模

2、西南地区广告 行业市场现状

3、2026-2033年西南地区广告 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、2021-2025年西北地区广告 行业市场规模

2、西北地区广告 行业市场现状

3、2026-2033年西北地区广告 行业市场规模预测

第九节 2026-2033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（企业名单请咨询观研天下客服）

第一节 企业1

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2

第三节 企业3

第四节 企业4

第五节 企业5

第六节 企业6

第七节 企业7

第八节 企业8

第九节 企业9

第十节 企业10

【第四部分 行业趋势、总结与策略】

第十二章 中国广告 行业发展前景分析与预测

第一节 中国广告 行业未来发展趋势预测

第二节 2026-2033年中国广告 行业投资增速预测

第三节 2026-2033年中国广告 行业规模与供需预测

一、2026-2033年中国广告 行业市场规模与增速预测

二、2026-2033年中国广告 行业产值规模与增速预测

三、2026-2033年中国广告 行业供需情况预测

第四节 2026-2033年中国广告 行业成本与价格预测

一、2026-2033年中国广告 行业成本走势预测

二、2026-2033年中国广告 行业价格走势预测

第五节 2026-2033年中国广告 行业盈利走势预测

第六节 2026-2033年中国广告 行业需求偏好预测

第十三章 中国广告 行业研究总结

第一节 观研天下中国广告 行业投资机会分析

一、未来广告 行业国内市场机会

二、未来广告行业海外市场机会

第二节 中国广告 行业生命周期分析

第三节 中国广告 行业SWOT分析

一、SWOT模型概述

二、行业优势

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

第四节 中国广告 行业进入壁垒与应对策略

第五节 中国广告 行业存在的问题与解决策略

第六节 观研天下中国广告 行业投资价值结论

第十四章 中国广告 行业风险及投资策略建议

第一节 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

第二节 中国广告 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

五、广告 行业风险应对策略

第三节 广告 行业品牌营销策略分析

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 行业推广策略

第四节 观研天下分析师投资建议

详细请访问：<https://www.chinabaogao.com/baogao/202604/789041.html>