

# 2024-2030 年中国广告产业深度分析及 投资策略研究报告

Annual Research and Consultation Report of Panorama Survey  
and Development Strategy on China Industry

(中国企业高层战略决策参考必备)



关注微信，  
行业干货，  
财经资讯，  
一手掌握。

**2024** 年度版  
中国行业研究咨询报告系列  
**中研普华** 决策参考

## ● 行业研究咨询报告 (推荐指数★★★★★)

《中国行业研究咨询报告》是中研普华依托国家统计局、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、全国商业信息中心、中国经济景气监测中心提供的最新行业运行数据为基础，验证于与我们建立联系的全国科研机构、行业协会组织的权威统计资料。凭借中研普华在其多年的行业研究经验基础上建立起的完善产业研究体系，一整套的产业研究方法始终处于行业领先地位，是目前国内覆盖面最全面、研究最为深入、数据资源最为强大的行业研究报告系列。

《中国行业研究咨询报告》充分体现了中研普华所特有的与国际接轨的咨询背景和专家智力资源的优势，以客户需求为导向，以行业为主线，全面整合行业、市场、企业等多层面信息源，依据权威数据和科学的分析体系，在研究领域上突出全方位特色，着重从行业发展的方向、格局和政策环境，帮助客户评估行业投资价值，准确把握行业发展趋势，寻找最佳营销机会与商机，具有相当的预见性和权威性，是企业领导人制定发展战略、风险评估和投资决策的重要参考。

### 我们的优势：

**丰富的专家资源和信息资源：**中研普华依托国家发展改革委和国家信息中心系统丰富的数据资源，建成了独具特色和覆盖全面的产业监测体系。同时，与国内众多研究机构和专家有着密切的合作关系。

《中国行业研究咨询报告》全部由国内一流经济学家、行业专家作为顾问，由多年从事相关行业的资深研究员撰写，他们长期专门从事行业研究，掌握着大量的第一手资料，加上我们严格的审稿制度，使报告的质量都有充分的保证。

**行业覆盖范围广、针对性强：**中研普华《中国行业研究咨询报告》的入选行业普遍具有市场前景好、行业竞争激烈和企业重组频繁等特征。我们在对行业进行综合分析的同时，还对其中重要的细分行业或产品进行单独分析。其信息量大，实用性强是任何同类产品难以企及的。

**内容全面、论述生动：**中研普华《中国行业研究咨询报告》在研究内容上突出全方位特色，报告以本年度最新数据的实证描述为基础，全面、深入、细致地分析各行业的市场供求、进出口形势、投资状况、发展趋势和政策取向以及主要企业的运营状况，提出富有见地的判断和投资建议；在形式上，报告以丰富的数据和图表为主，突出文章的可读性和可视性，避免套话和空话。报告附加了与行业相关的数据、政策法规目录、主要企业信息及行业的大事记等，为投资者和业界人士提供了一幅生动的行业全景图。

**深入的洞察力和预见力：**我们不仅研究国内市场，对国际市场也一直在进行职业的观察和分析，因此我们更能洞察这些行业今后的发展方向、行业竞争格局的演变趋势以及技术标准、市场规模、潜在问题与行业发展的症结所在。我们有 100 多位专家的智慧宝库为您提供决策的洞察这些行业今后的发展方向、行业竞争格局的演变趋势以及技术标准、市场规模、潜在问题与行业发展的症结所在。

**有创造力和建设意义的策略：**对行业或具体产品的投资特性、市场规模、供求状况、行业竞争状况(结构与主要竞争企业)、发展趋势等进行分析 and 论证，寻求规律、发展机会、现存问题的解决方案、做大做强的对策等等。

## 一、报告简介 PROFILE

2024-2030 年中国广告产业深度分析及投资策略研究报告		
【出版日期】 2024 年 10 月	【报告页码】 155 页	【图表数量】 56 个
【中文全套】 RMB 13000	【中文电子】 RMB 12500	【中文印刷】 RMB 12500
【英文全套】 USD 6500	【英文电子】 USD 6000	【英文印刷】 USD 6000
【全国热线】 <b>400-856-5388</b> <b>400-086-5388</b> 全国免费热线		<a href="#">中研普华公司介绍</a>
【订阅热线】 <b>0755-25425716</b> <b>25425726</b> <b>25425736</b>		<a href="#">了解中研普华的实力</a>
【订阅热线】 <b>0755-25425756</b> <b>25425776</b> <b>25425706</b>		<a href="#">下载征订表</a>
<p>【版权声明】 本报告由中国产业研究院出品，报告版权归中研普华公司所有。本报告是中研普华公司的研究与统计成果，报告为有偿提供给购买报告的客户使用。未获得中研普华公司书面授权，任何网站或媒体不得转载或引用，否则中研普华公司有权依法追究其法律责任。如需订阅研究报告，请直接联系本网站，以便获得全程优质完善服务。中研普华公司是中国成立时间最长，拥有研究人员数量最多，规模最大，综合实力最强的咨询研究机构，公司每天都会接受媒体采访及发布大量产业经济研究成果。在此，我们诚意向您推荐一种“<a href="#">鉴别咨询公司实力的主要方法</a>”。</p>		

广告在广义上是一种大众性的信息传播工具，旨在维持和促进现代社会的生存与发展，不一定以盈利为目的。而在狭义上，广告是一种市场营销行为，通常用于促使受众购买产品或服务，以实现商业利益。广告通常由广告主题构成，而广告主题由广告目标、信息个性、消费心理三要素组成。

本报告利用中研普华长期对广告行业市场跟踪搜集的一手市场数据，同时依据国家统计局、国家商务部、国家发改委、国务院发展研究中心、行业协会、中国行业研究网、全国及海外专业研究机构提供的大量权威资料，采用与国际同步的科学分析模型，全面而准确地为您从行业的整体高度来架构分析体系。让您全面、准确地把握整个广告行业的市场走向和发展趋势。

报告对中国广告行业的内外部环境、行业发展现状、产业链发展状况、市场供需、竞争格局、标杆企业、发展趋势、机会风险、发展策略与投资建议等进行了分析，并重点分析了我国广告行业将面临的机遇与挑战。报告将帮助广告企业、学术科研单位、投资企业准确了解广告行业最新发展动向，及早发现广告行业市场的空白点，机会点，增长点和盈利点……准确把握广告行业未被满足的市场需求和趋势，有效规避广告行业投资风险，更有效率地巩固或者拓展相应的战略性目标市场，牢牢把握行业竞争的主动权。形成企业良好的可持续发展优势。

## 二、报告目录 CONTENTS

### 第一章 广告行业相关概述

#### 1.1 广告业定义、分类及原则

##### 1.1.1 广告的定义

##### 1.1.2 广告的功能

##### 1.1.3 广告的主体

##### 1.1.4 广告的种类

##### 1.1.5 广告的原则

#### 1.2 广告的实质与作用分析

##### 1.2.1 广告的实质与构成分析

##### 1.2.2 广告策划的程序制定

##### 1.2.3 广告的市场定价作用探析

##### 1.2.4 广告对消费流行的影响作用分析

##### 1.2.5 广告对公共领域的影响分析

#### 1.3 广告与品牌、营销关系概述

##### 1.3.1 广告影响力与品牌传播的关联作用分析

##### 1.3.2 广告创造品牌的过程策略分析

##### 1.3.3 广告的定位与品牌的塑造解析

##### 1.3.4 企业的品牌定位与广告策略探析

##### 1.3.5 广告创作在营销传播中要注意的问题

### 第二章 2022-2024 年世界广告业发展分析

#### 2.1 2022-2024 年世界广告业发展分析

##### 2.1.1 全球广告业发展历程

##### 2.1.2 全球广告业发展综述

##### 2.1.3 全球广告市场规模分析

##### 2.1.4 全球移动广告市场规模

##### 2.1.5 亚太地区广告产业分析

##### 2.1.6 欧洲移动广告发展分析

#### 2.2 2022-2024 年美国广告业发展分析

##### 2.2.1 美国现代广告发展概况

##### 2.2.2 美国数字广告市场分析

##### 2.2.3 美国网络广告收入现状

##### 2.2.4 美国电视广告业现状分析

- 2.2.5 美国报业广告收入下跌
- 2.3 2022-2024 年日本广告行业发展分析
  - 2.3.1 日本广告发展历程及特色
  - 2.3.2 日本广告市场规模分析
  - 2.3.3 日本广告市场并购动态
  - 2.3.4 日本广告软实力分析
  - 2.3.5 日本移动广告市场状况分析
- 2.4 2022-2024 年英国广告行业发展分析
  - 2.4.1 英国电视广告政策环境
  - 2.4.2 英国广告市场规模分析
  - 2.4.3 英国网络广告市场状况
  - 2.4.4 美国社交网络广告前景
  - 2.4.5 英国移动广告市场状况
- 2.5 2022-2024 年俄罗斯广告行业发展分析
  - 2.5.1 俄罗斯广告种类浅析
  - 2.5.2 俄罗斯广告市场规模
  - 2.5.3 俄罗斯电视广告市场
  - 2.5.4 移动游戏广告市场潜力
  - 2.5.5 网络视频广告市场分析
- 2.6 世界广告业发展前景分析
  - 2.6.1 全球广告市场状况预测
  - 2.6.2 全球广告业未来发展方向
  - 2.6.3 全球电视广告市场发展趋势
  - 2.6.4 全球数字广告市场前景展望

### 第三章 2022-2024 年中国广告业发展环境分析

- 3.1 经济环境
  - 3.1.1 宏观经济概况
  - 3.1.2 对外经济分析
  - 3.1.3 固定资产投资
  - 3.1.4 宏观经济展望
- 3.2 政策环境
  - 3.2.1 营改增行业的影响分析
  - 3.2.2 简政放权激活市场主体
  - 3.2.3 维护广告市场良好秩序
  - 3.2.4 主管部门积极履行指导职能

### 3.2.5 “十四五”广告产业发展规划

## 3.3 社会环境

### 3.3.1 人口规模与构成

### 3.3.2 居民收入水平

### 3.3.3 社会消费规模

### 3.3.4 居民消费水平

### 3.3.5 消费市场特征

## 3.4 技术环境

### 3.4.1 大数据时代行业发展分析

### 3.4.2 数字技术背景下行业发展变化

## 第四章 2022-2024 年中国广告行业发展分析

### 4.1 中国广告业发展综述

#### 4.1.1 行业发展总况

#### 4.1.2 行业生命周期

### 4.2 中国广告行业发展分析

#### 4.2.1 全国广告经营规模

#### 4.2.2 广告市场运行特点

#### 4.2.3 广告市场主体分布

#### 4.2.4 区域广告投放状况

### 4.3 中国广告行业创意发展分析

#### 4.3.1 现代广告传播中的创意理论简析

#### 4.3.2 世界多元文化对广告创意的影响分析

#### 4.3.3 后现代主义影响下中国特色广告创意理念探索

#### 4.3.4 中国广告作品创意趋势分析

### 4.4 中国广告市场存在问题分析

#### 4.4.1 行业发展中的突出问题

#### 4.4.2 行业存在的复杂因素解析

#### 4.4.3 行业的“多米诺效应”分析

#### 4.4.4 市场壁垒效应分析

#### 4.4.5 阻碍行业发展的因素

### 4.5 中国广告市场发展对策分析

#### 4.5.1 行业要实行集团化发展

#### 4.5.2 广告教育需要新思维

#### 4.5.3 要牢记广告的“根本”

#### 4.5.4 有效广告投放途径分析

## 第五章 2022-2024 年中国电视广告发展分析

### 5.1 2022-2024 年中国电视媒体发展状况

#### 5.1.1 行业发展地位

#### 5.1.2 卫视收视表现

#### 5.1.3 区域市场表现

#### 5.1.4 竞争态势分析

#### 5.1.5 传统市场拐点

### 5.2 电视广告发展历程及特征分析

#### 5.2.1 产业发展历程

#### 5.2.2 分类及优缺点

#### 5.2.3 语言特点解析

#### 5.2.4 审美特性分析

### 5.3 2022-2024 年中国电视广告市场分析

#### 5.3.1 市场投放规模

#### 5.3.2 行业分布情况

#### 5.3.3 主要投放品牌

#### 5.3.4 频道投放状况

### 5.4 电视媒体的广告影响力评价

#### 5.4.1 媒体影响力评估办法简介

#### 5.4.2 影响力评估指标的建立

#### 5.4.3 模型的使用与评估方法

#### 5.4.4 电视媒体广告影响力的评分等级探析

#### 5.4.5 媒体影响力与广告传播价值的相关性总结

### 5.5 电视广告市场发展主要问题分析

#### 5.5.1 主要影响和危害

#### 5.5.2 营销面临的挑战

#### 5.5.3 新媒体发展的影响

### 5.6 电视广告市场健康发展对策建议

#### 5.6.1 创新发展策略

#### 5.6.2 监管策略探析

#### 5.6.3 营销创新路径

#### 5.6.4 价值提升策略

## 第六章 2022-2024 年中国报纸广告发展分析

### 6.1 2022-2024 年中国报纸媒体发展状况

- 6.1.1 行业发展现状
- 6.1.2 出版规模分析
- 6.1.3 融合传播指数
- 6.1.4 对外贸易分析
- 6.1.5 行业发展趋势
- 6.1.6 行业发展方向
- 6.2 2022-2024 年报纸广告市场状况分析
  - 6.2.1 市场发展现状
  - 6.2.2 市场竞争状况
  - 6.2.3 行业分布情况
  - 6.2.4 主要投放品牌
  - 6.2.5 区域市场格局
  - 6.2.6 市场经营困境
  - 6.2.7 经营突围策略
- 6.3 报纸分类广告发展状况
  - 6.3.1 相关概述
  - 6.3.2 市场发展特点
  - 6.3.3 市场综合分析
  - 6.3.4 经营挑战与机遇
  - 6.3.5 创新发展路径
  - 6.3.6 市场化运作对策
  - 6.3.7 未来发展展望
- 6.4 报纸广告市场发展前景分析
  - 6.4.1 市场发展趋势
  - 6.4.2 持续发展路径

## 第七章 2022-2024 年中国期刊杂志广告市场分析

- 7.1 中国期刊行业发展综述
  - 7.1.1 总体运行状况
  - 7.1.2 消费需求状况
  - 7.1.3 青年期刊行业
  - 7.1.4 行业面临困境
  - 7.1.5 行业改革思路
  - 7.1.6 媒体融合趋势
- 7.2 2022-2024 年期刊杂志广告市场状况
  - 7.2.1 发展优势分析



- 7.2.2 期刊广告投放
- 7.2.3 杂志广告投放
- 7.2.4 市场热点分析
- 7.2.5 市场前景展望
- 7.3 电子杂志广告市场分析
  - 7.3.1 行业基本概述
  - 7.3.2 行业特点分析
  - 7.3.3 SWOT 分析
  - 7.3.4 盈利模式解析
  - 7.3.5 发展对策分析
- 7.4 期刊杂志广告的营销分析
  - 7.4.1 整合行销特征
  - 7.4.2 营销路径解析
  - 7.4.3 营销创新分析
  - 7.4.4 营销途径分析

## 第八章 2022-2024 年中国广播广告发展分析

- 8.1 2022-2024 年中国广播媒体发展分析
  - 8.1.1 广播媒体占比情况
  - 8.1.2 广播收听场景的转变
  - 8.1.3 广播收听市场竞争格局
  - 8.1.4 “广播+”发展模式分析
- 8.2 2022-2024 年国内广播广告发展情况
  - 8.2.1 发展进程简析
  - 8.2.2 产业发展形势
  - 8.2.3 广告分布格局
  - 8.2.4 区域发展分析
- 8.3 广播广告的经营发展分析
  - 8.3.1 多元化经营形态
  - 8.3.2 经营优势剖析
  - 8.3.3 主要经营模式
  - 8.3.4 市场经营问题
  - 8.3.5 经营思路探析
- 8.4 中国广播广告的品牌竞争与营销
  - 8.4.1 营销基本模式
  - 8.4.2 核心竞争力分析

- 8.4.3 品牌营销策略
- 8.4.4 营销阶段论特点
- 8.4.5 数据化营销方法

## 第九章 2022-2024 年户外广告市场分析

- 9.1 户外广告发展概述
  - 9.1.1 户外广告发展历史
  - 9.1.2 户外广告投放要点
  - 9.1.3 户外广告投放功能
  - 9.1.4 户外广告影响因素
  - 9.1.5 户外广告发展形式
  - 9.1.6 户外广告对城市文化影响
- 9.2 2022-2024 年中国户外广告行业发展概况
  - 9.2.1 户外广告发展动力
  - 9.2.2 户外广告相关政策
  - 9.2.3 户外广告发展特征
  - 9.2.4 户外广告发展动态
  - 9.2.5 传统户外广告现状
  - 9.2.6 户外广告发展机遇
- 9.3 2022-2024 年中国户外广告市场投放分析
  - 9.3.1 广告投放花费分析
  - 9.3.2 区域市场投放状况
  - 9.3.3 媒体形式投放比例
  - 9.3.4 细分行业投放份额
  - 9.3.5 品牌户外投放规模
- 9.4 户外广告受众调查分析
  - 9.4.1 受众在户外度过的时间
  - 9.4.2 受众对交通工具的选择
  - 9.4.3 受众接触户外媒体的黄金时间
  - 9.4.4 受众接触户外媒体的黄金地段
  - 9.4.5 车身广告的受众接触率最高
- 9.5 户外广告市场存在的问题及对策
  - 9.5.1 户外广告发展存在问题
  - 9.5.2 户外广告行业发展忧虑
  - 9.5.3 户外广告发展法律问题
  - 9.5.4 户外广告发展对策分析

9.5.5 规范户外广告市场措施

9.6 户外广告市场趋势前景分析

9.6.1 户外广告发展前景展望

9.6.2 户外广告发展十大趋向

9.6.3 户外广告行业发展态势

9.6.4 户外广告发展驱动因素

## **第十章 2022-2024 年网络广告市场发展分析**

10.1 2022-2024 年中国互联网产业发展状况

10.1.1 互联网基础资源分析

10.1.2 网民规模与结构分析

10.1.3 互联网企业发展分析

10.1.4 移动互联网产业分析

10.2 2022-2024 年互联网广告行业综述

10.2.1 互联网广告产品发展演进

10.2.2 互联网广告产业监管情况

10.2.3 互联网企业广告投放状况

10.2.4 互联网广告行业监管政策

10.2.5 互联网广告产业前景展望

10.3 2022-2024 年互联网广告市场形势分析

10.3.1 网络广告市场份额

10.3.2 互联网广告发展规模

10.3.3 分形式网络广告份额

10.3.4 互联网新闻广告发展

10.3.5 互联网社交广告规模

10.4 2022-2024 年网络视频广告市场发展分析

10.4.1 行业发展优势分析

10.4.2 全球行业收入分析

10.4.3 中国市场发展规模

10.4.4 视频广告平台竞争加剧

10.4.5 视频网站广告投放路径

10.4.6 协调视频广告与用户体验

10.5 互联网广告趋势前景分析

10.5.1 互联网广告发展趋势分析

10.5.2 网络广告智能化趋势浅析

10.5.3 互联网广告营销变革分析

#### 10.5.4 互联网广告投放对策分析

### 第十一章 2022-2024 年其它形式广告市场分析

#### 11.1 2022-2024 年移动广告业务发展分析

##### 11.1.1 手机广告基本概念概述

##### 11.1.2 移动广告的主要参与者

##### 11.1.3 移动广告发展模式分析

##### 11.1.4 移动广告发展优势分析

##### 11.1.5 3.0 时代移动广告发展局势

##### 11.1.6 移动广告开发关键因素

##### 11.1.7 移动广告业务发展策略

#### 11.2 2022-2024 年移动广告市场运行分析

##### 11.2.1 移动广告市场点击率分析

##### 11.2.2 移动广告市场规模发展

##### 11.2.3 移动广告平台市场规模

##### 11.2.4 移动 DSP 广告市场规模

##### 11.2.5 移动广告市场发展趋势

#### 11.3 移动手机广告存在的问题与对策分析

##### 11.3.1 手机广告制约因素分析

##### 11.3.2 手机广告发展问题及对策

##### 11.3.3 手机广告业务相关建议

#### 11.4 隐性广告发展分析

##### 11.4.1 隐性广告发展概述

##### 11.4.2 隐性广告传播推广

##### 11.4.3 植入式广告发展态势

##### 11.4.4 植入式广告缺点分析

##### 11.4.5 植入式广告优势分析

##### 11.4.6 植入式广告挑战及对策

#### 11.5 其它形式广告

##### 11.5.1 邮政商函广告业务发展

##### 11.5.2 动漫广告发展势头强劲

##### 11.5.3 地铁广告发展机会分析

##### 11.5.4 洗手间广告市场发展分析

### 第十二章 2022-2024 年中国广告业重点区域市场分析

#### 12.1 北京

- 12.1.1 市场发展状况
- 12.1.2 产业园区发展
- 12.1.3 广告行业监管
- 12.1.4 广告整治重点
- 12.1.5 行业发展问题
- 12.1.6 发展案例分析
- 12.2 上海
  - 12.2.1 市场经营总体现状
  - 12.2.2 主营广告企业分析
  - 12.2.3 传统媒介广告经营分析
  - 12.2.4 广告媒介投放分析
  - 12.2.5 市场秩序状况分析
  - 12.2.6 行业发展热点分析
  - 12.2.7 主要经营企业排行
- 12.3 广东
  - 12.3.1 行业规范政策
  - 12.3.2 广告媒介发展
  - 12.3.3 区域发展情况
  - 12.3.4 行业组织发展
  - 12.3.5 产业园区建设
- 12.4 浙江
  - 12.4.1 广告产业发展成果
  - 12.4.2 广告行业运行现状
  - 12.4.3 部分地区市场发展
  - 12.4.4 广告园区运行情况
  - 12.4.5 发展机遇与挑战
  - 12.4.6 产业未来发展方向
- 12.5 湖北
  - 12.5.1 产业发展现状
  - 12.5.2 行业运行特点
  - 12.5.3 产业基地状况
  - 12.5.4 发展政策支持
  - 12.5.5 发展对策及建议
  - 12.5.6 未来发展规划
- 12.6 山东
  - 12.6.1 市场运行状况

- 12.6.2 产业园区发展
- 12.6.3 广告市场监管
- 12.6.4 发展目标及重点

### 第十三章 2022-2024 年世界五大广告集团分析

#### 13.1 奥姆尼康集团（Omnicom Group）

- 13.1.1 企业发展概况
- 13.1.2 2022 年企业经营状况分析
- 13.1.3 2023 年企业经营状况分析
- 13.1.4 2024 年企业经营状况分析

#### 13.2 阳狮集团（Publicis Group）

- 13.2.1 企业发展概况
- 13.2.2 2022 年企业经营状况分析
- 13.2.3 2023 年企业经营状况分析
- 13.2.4 2024 年企业经营状况分析

#### 13.3 日本电通集团（Dentsu Group）

- 13.3.1 企业发展概况
- 13.3.2 2022 年企业经营状况分析
- 13.3.3 2023 年企业经营状况分析
- 13.3.4 2024 年企业经营状况分析

#### 13.4 埃培智集团（Interpublic Group of Companies, Inc.）

- 13.4.1 企业发展概况
- 13.4.2 2022 年企业经营状况分析
- 13.4.3 2023 年企业经营状况分析
- 13.4.4 2024 年企业经营状况分析

#### 13.5 WPP 集团

- 13.5.1 企业发展概况
- 13.5.2 2022 年企业经营状况分析
- 13.5.3 2023 年企业经营状况分析
- 13.5.4 2024 年企业经营状况分析

### 第十四章 2022-2024 年中国本土广告公司发展分析

#### 14.1 中国本土广告公司发展概述

- 14.1.1 本土广告公司的发展优势
- 14.1.2 中国 4A 企业发展情况分析
- 14.1.3 国内广告公司发展问题分析

- 14.1.4 本土广告公司的转型战略
- 14.1.5 本土广告公司的发展道路
- 14.2 北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司
  - 14.2.1 企业发展概况
  - 14.2.2 经营效益分析
  - 14.2.3 业务经营分析
  - 14.2.4 财务状况分析
  - 14.2.5 核心竞争力分析
  - 14.2.6 未来前景展望
- 14.3 广东省广告集团股份有限公司
  - 14.3.1 企业发展概况
  - 14.3.2 经营效益分析
  - 14.3.3 业务经营分析
  - 14.3.4 财务状况分析
  - 14.3.5 核心竞争力分析
  - 14.3.6 公司发展战略
  - 14.3.7 未来前景展望
- 14.4 分众传媒信息技术股份有限公司
  - 14.4.1 企业发展概况
  - 14.4.2 经营效益分析
  - 14.4.3 业务经营分析
  - 14.4.4 财务状况分析
  - 14.4.5 核心竞争力分析
  - 14.4.6 未来前景展望
- 14.5 浙江华媒控股股份有限公司
  - 14.5.1 企业发展概况
  - 14.5.2 经营效益分析
  - 14.5.3 业务经营分析
  - 14.5.4 财务状况分析
  - 14.5.5 核心竞争力分析
  - 14.5.6 未来前景展望
- 14.6 思美传媒股份有限公司
  - 14.6.1 企业发展概况
  - 14.6.2 经营效益分析
  - 14.6.3 业务经营分析
  - 14.6.4 财务状况分析

14.6.5 核心竞争力分析

14.6.6 公司发展战略

14.6.7 未来前景展望

14.7 昌荣传播集团

14.7.1 企业发展概况

14.7.2 企业发展成绩

14.7.3 集团子品牌

14.7.4 服务优势分析

## 第十五章 2022-2024 年广告业竞争状况分析

15.1 世界广告行业竞争格局解析

15.1.1 买方能力

15.1.2 供应方能力

15.1.3 潜在进入者

15.1.4 市场替代者

15.2 中国媒体竞争情况概述

15.2.1 传统媒体的竞争形式

15.2.2 媒体核心竞争力分析

15.2.3 纸媒应对新媒体挑战的策略

15.3 中国广告行业竞争状况分析

15.3.1 行业集中度分析

15.3.2 产品差异化竞争

15.3.3 广告市场竞争格局

15.3.4 新旧广告媒体竞争

15.3.5 中外广告公司竞争

15.3.6 行业进入壁垒分析

15.4 新媒体背景下纸媒广告业竞争策略分析

15.4.1 现代纸媒发展状态

15.4.2 纸媒进广告优缺点

15.4.3 纸媒竞争战略分析

15.5 中国广告市场竞争对策详析

15.5.1 新媒体营销应挖掘长尾效应

15.5.2 提升中国广告行业竞争力的建议

15.5.3 媒体广告经营的竞争需要改革和创新

15.5.4 媒体广告价值的科学评价是竞争的基本道德标准



## 第十六章 中国广告业投资及发展趋势分析

### 16.1 中国广告业投资机会分析

#### 16.1.1 三网融合带来的机遇

#### 16.1.2 互联网时代行业发展机遇

### 16.2 中国广告业投资风险提示

#### 16.2.1 法律风险

#### 16.2.2 政策风险

#### 16.2.3 竞争风险

### 16.3 中国广告行业未来发展分析

#### 16.3.1 行业发展趋势分析

#### 16.3.2 行业发展方向分析

### 16.4 2024-2030 年中国广告行业预测分析

#### 16.4.1 2024-2030 年中国广告行业影响因素分析

#### 16.4.2 2024-2030 年中国广告行业经营额预测

## 图表目录

图表：广告产业链分析

图表：国际广告市场规模

图表：国际广告生命周期

图表：中国 GDP 增长情况

图表：中国 CPI 增长情况

图表：中国人口数及其构成

图表：中国工业增加值及其增长速度

图表：中国城镇居民可支配收入情况

图表：2022-2024 年中国广告市场规模

图表：2022-2024 年中国广告产值

图表：2022-2024 年中国广告供应情况

图表：2022-2024 年中国广告需求情况

图表：2024-2030 年中国广告市场规模预测

图表：2024-2030 年中国广告供应情况预测

图表：2024-2030 年中国广告需求情况预测

**订阅报告，请来电咨询 400-856-5388 400-086-5388**

①.请详细填写封底客户征订表后传真给我们

②.通过银行转帐、邮局汇款形式支付购买报告款项

③.我们收到汇款凭证后，特快专递报告或者发送报告邮件

- ④.款项到帐后快递款项发票
- ⑤.大批量采购报告可享受会员优惠，详情来电咨询

**全程配有客服专员为您提供贴心服务**

### 三、公司介绍 COMPANY

中研普华集团创始于 1998 年，是中国领先的产业研究专业机构，公司致力于为企业中高层管理人员、企事业发展研究部门人员、市场投资人士、投行及咨询行业人士、投资专家等提供各行业丰富翔实的市场研究资料和商业竞争情报；为国内外的行业企业、研究机构、社会团体和政府部门提供专业的行业市场研究、商业分析、投资咨询、市场战略咨询等服务。公司经历 20 多年的发展，现已成为中国领先的细分市场研究机构及金融咨询领域权威专家。我们拥有多年的投资银行、企业上市一体化服务、市场调研、细分行业研究、项目可行性研究及投资咨询专业经验。目前，中研普华已经为上万家包括政府机构、银行、研究所、行业协会、咨询公司、投资公司、集团公司和各行业公司在内的单位提供了专业的产业研究报告、项目投资咨询及竞争情报研究服务，并得到客户的广泛认可；为众多企业进行了上市导向战略规划，同时也为境内外上百家上市企业进行财务辅导、行业细分领域研究和募投方案的设计，并协助其顺利上市；还协助国内多家证券公司开展 IPO 业务。

随着中国加入 WTO，中国企业将面临更多严峻挑战，市场信息显的尤为重要。中研普华将集团公司在国际市场上成功运作的商业服务模式引入中国，帮助中国企业成长，在国内外市场不断取得新的竞争优势和新的成长。在这种形势下，中研普华迅速崛起，已成为中国首屈一指的资讯服务商。面对中国新经济形势，我们以一名“辅导员”的身份，结合中国企业目前现状，为企业引进和提供最前沿的行业市场商情和企业管理资讯，通过中研普华 One Stop Service（一站式服务），秉承“管理是本质、信息是基础、效益是目的”的原则，愿意与所有具有前瞻性的中国企业分享成功实践的经验，用务实的精神和优质的服务，携手成就未来。

目前，中研普华已将客户服务总部设于深圳，信息研究中心设在北京，营销传播中心设在上海，海外资讯中心设于香港，并在广州、杭州、成都、青岛、武汉、哈尔滨等地设有分支机构。

### 顾问团队 CONSULTANT TEAM

中研普华始终把引进优秀的员工加盟作为公司的核心目标之一，公司员工拥有多种专业学历背景：统计学、金融学、产业经济学、市场营销学、国际贸易学、经济学、社会学、数学等数十个专业。中研普华现有 350 多名员工中，本科以上学历占 98.5%，60%具有双学位、硕士及博士学位，高级研究员 180 多名，专家顾问 45 人，市场调研专家 16 人，数据建模专家 8 人，海外咨询专家 5 人，公司大多数员工曾在国内多家知名产业研究所与证券研究机构有过丰富的从业经验。高素质的专业人才是中研普华的最大财富，也是我们向客户提供优质服务的保证。

### 业务范围 BUSINESS SCOPE

中研普华业务范围主要囊括了细分产业领域研究、IPO 咨询、并购与重组、投资咨询、项目可行性分析、行业市场研究、市场调查、商业计划书编制及营销策划咨询等领域。中研普华业务覆盖全球主要国家及地区，为外资企业注资中国及跨国合作提供了切实高效的服务。公司 80%以上的业务主要针对大中华区实施，我们在中国大陆 220 多个主要城市设立调查网点（如北京、上海、天津、重庆、南京、武汉、成都、长沙、杭州、西安、兰州、石家庄、沈阳、济南、郑州、合肥、福州、厦门、南宁等），为客户提供专项市场调查的同时，也为市场研究及投资咨询服务提供主要的数据支

持。公司拥有在中国香港、澳门、台湾及部分海外地区实施项目的宝贵经验。公司已与国内外上百家专业调研机构建立长期合作关系，确保了跨国性项目的有效实施和执行。

## 细分市场研究

医疗 通讯 机电 汽车 房产 轻工  
家电 日化 食品 零售 酒店 金融  
传媒 建材 能源 石化 农业 文教

## 项目可行性研究

可行性研究 项目建议书 项目计划书  
募投可研报告 项目申请报告 资金申请报告  
境外投资申请 项目评估报告 投资价值报告

## 商业计划书

商业计划书 项目计划书 商业策划书  
招商计划书 创业计划书 私募计划书  
并购计划书 合作计划书 商业企划书 标书

## 专项市场调研

专项市场研究 产品营销研究 品牌调查研究  
广告媒介研究 渠道商圈研究 满意度研究  
神秘顾客调查 消费者研究 调查执行技术

## 兼并重组研究

兼并重组 公司兼并 企业重组 资产重组  
股权重组 借壳上市 跨国并购 横向并购  
纵向并购 现金并购 企业私有化

## IPO 上市咨询

上市前规范 上市前咨询 上市前融资  
细分市场调研 募投项目可研 发展战略规划  
尽职调查 上市后服务 一体化方案

## 产业园区规划

产业园区规划 产业分析规划 城市/区域规划  
空间规划咨询 招商策划咨询 总部经济规划  
智慧城市规划 地产策划咨询 一体化服务

## 十四五规划

政府规划研究 产业发展规划 企业发展规划  
区域发展规划 城市发展规划 战略规划研究  
热点领域聚焦 热点解决方案

## 特色小镇

特色产业规划 申报立项 招商策划  
特色小镇特征 政策汇总 评分细则  
商业运营模式 经典案例 投融资模式

## 产业地产

项目拿地 产业定位 产业规划 产业招商  
产业运营 产业新城 产业小镇 产业综合体  
开发模式 关键要素 赢利模式 解决方案

## 核心竞争力 CORE COMPETITIVENESS

丰富的行业经验。我们针对各行业都设有产业研究组，组长均具有资深实际行业从业经验，研究组定期举办行业主题研讨会及进行典型企业走访调研，积累了丰富的行业实践经验，以此为基础，充分运用扎实的理论知识，更好的为客户提供服务。

资深的专家顾问。我们的专家团队来自于国家级科研院所、著名大学教授、以及具备成功经验的企业家，在产业研究、市场调研、投资咨询、管理咨询等领域拥有强大的专业能力，能及时有效的满足客户需求。

权威的信息数据。中研普华建立了覆盖 3000 多个细分行业市场的数据库并持续的更新。我们设有数据中心，以国家统计局部门、工商部门、行业协会、海关总署及其他战略合作机构为重要信息渠道。另外，我们拥有自己的调研队伍，运用各种调查手段和渠道，准确、及时地掌握权威信息。

科学的研究方法。我们采取专业的研究模型，如：SWOT 分析、波士顿矩阵、波特竞争力、洛伦茨曲线等；精准的数据分析，如：相关分析、方差分析、多维尺度分析、聚类分析、因子分析等；周密的调查方法，如：定性调查、定量调查等相结合的方式，力求为客户提供专业化的服务。

完善的服务体系。我们不仅为您提供专业化的研究报告，还会为您提供超值的售后服务，如：免费数据查询、行业发展建议、投资行业策略、市场深度分析、营销策划、重大展会提示等服务，给您带来完善的一站式服务。

## 社会影响力 SOCIAL INFLUENCE

中研普华集团是中国成立时间最长，拥有研究人员数量最多，规模最大，综合实力最强的咨询研究机构之一。中研普华始终坚持研究的独立性和公正性，其研究结论、调研数据及分析观点广泛被电视媒体、报刊杂志及企业采用。同时，中研普华的研究结论、调研数据及分析观点也大量被国家政府部门及商业门户网站转载，如中央电视台、凤凰卫视、深圳卫视、新浪财经、中国经济信息网、商务部、国资委、发改委、国务院发展研究中心（国研网）等。



了解中研普华的实力：[电视采访报道](#) [门户网站引用](#) [招股说明书引用](#) [权威媒体报道](#) [客户好评如潮](#)



# 客户征订表

让决策更稳健，让投资更安全！

单位名称：\_\_\_\_\_ (盖章)  
主营业务：\_\_\_\_\_  
公司负责人：\_\_\_\_\_ 职务：\_\_\_\_\_  
资料收件人：\_\_\_\_\_ 职务：\_\_\_\_\_  
电 话：\_\_\_\_\_ 传真：\_\_\_\_\_  
地 址：\_\_\_\_\_  
邮 编：\_\_\_\_\_ 电子邮件：\_\_\_\_\_

报告及专项：\_\_\_\_\_ 份数：\_\_\_\_\_

服务方式： 全套版本 (含印刷版及电子版)  电子版本 (电子邮件发送)  印刷版本 (免费快递)  
付款总金额：\_\_\_\_\_ 付款日期：\_\_\_\_\_

## 特别推荐订阅套餐

**保证100%满意，您必须拥有**

- 战略套餐：5份研究报告，特惠订阅费用5万元，自选报告或咨询客服，全年尊享专家咨询指导及跟踪服务**  
套餐价值：全面了解行业上下游产业链，对行业脉络进行系统性梳理，厘清产品流通各个环节，实现企业的成长与产品的成功。
- 发展套餐：10份研究报告，特惠订阅费用8万元，自选报告或咨询客服，全年尊享专家咨询指导及跟踪服务**  
套餐价值：充分了解行业重点领域发展态势，准确把握市场热点变化趋势，为营销策略的制定、企业的战略规划提供有力支持。
- 智慧套餐：15份研究报告，特惠订阅费用10万元，自选报告或咨询客服，全年尊享专家咨询指导及跟踪服务**  
套餐价值：深入了解行业细分市场及关联产业发展形势，挖掘各领域投资机会，延伸企业经营触角，实现企业跨行业并购整合。
- 总裁套餐：20份研究报告，特惠订阅费用12万元，自选报告或咨询客服，全年尊享专家咨询指导及跟踪服务**  
套餐价值：多角度！多层次！透视各行业、各业务发展，完善集团管控体系，准确掌握集团航向，有效降低企业智力投资成本。

## 专项咨询定制服务

专项定制需根据企业具体要求出具项目方案，再做出合理报价

商业计划书编制	商业计划书/项目计划书/商业策划书/招商计划书/创业计划书/私募计划书/并购方案/标书，编制及翻译。
项目可行性研究	可行性研究/项目建议书/项目计划书/项目申请/资金申请/境外投资/项目评估/机会研究/风险评估服务。
行业市场专项调研	细分市场研究/竞争对手研究/营销研究/品牌调查/广告研究/商圈研究/消费者研究，覆盖多行业多领域。
产业园区规划咨询	产业集群/园区规划/区域战略规划/城市新区规划/园区建设和运营/园区招商引资/园区功能服务体系等。
IPO上市咨询服务	细分市场调研/募投可研/上市前规范/上市前融资/招股说明书/上会路演/上市后服务/财经公关/再融资。

### 汇款至 中国建设银行

帐户名：深圳市中研普华产业研究院有限公司  
开户行：中国建设银行深圳市分行  
帐 号：44201501100052597578

### 汇款至 中国工商银行

帐户名：深圳市中研普华管理咨询有限公司  
开户行：中国工商银行深圳市分行  
帐 号：400023009200181386



扫描二维码，查看更多研究报告目录

**中研普华集团™**  
ZERO POWER INTELLIGENCE GROUP



WWW.ChinaIRN.COM

中国产业研究院

中国领先行业研究机构

总部地址：深圳市福田区金田路大百汇广场 19 层 (518000)  
全国统一服务热线：400-856-5388 400-086-5388 免费电话  
订阅热线：0755-25425716 25425726 25425736 25425706  
0755-25425756 25425776 25420896 25420806  
0755-23895086 25427856 25428586 25429596

传 真：0755-25429588 25428099 全年无休 24 小时服务  
官方网站：中国产业研究院 www.ChinaIRN.com 深圳/ 北京/ 上海

订阅方法：请把征订表用正楷字填写完后传真或快递给我们，然后通过银行付款。款到后即完成订阅手续，产品与发票会在款到后 24 小时内以特快专递寄出。订阅传真：0755-25429588 25428099 7 天×24 小时 贴心服务