

# 2023-2028年中国广告行业市场全景评估及投资战略 规划研究报告

报告大纲

## 一、报告简介

华经情报网发布的《2023-2028年中国广告行业市场全景评估及投资战略规划研究报告》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.huaon.com/channel/jingpin/841449.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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

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1章 广告行业发展综述

#### 1.1 广告行业概述

##### 1.1.1 广告的定义

##### 1.1.2 广告的分类

##### 1.1.3 广告行业的地位及作用

#### 1.2 广告行业发展环境分析

##### 1.2.1 政策环境分析

###### (1) 行业监管部门

###### (2) 行业相关法律

###### (3) 行业相关标准

##### 1.2.2 经济环境分析

###### (1) 国内经济运行情况分析

###### (2) 2022年国内宏观经济走势预测

###### (3) 经济环境对广告业影响分析

##### 1.2.3 社会环境分析

###### (1) 居民可支配收入

###### (2) 我国城镇化率分析

### 第2章 中国广告市场发展现状及前景预测

#### 2.1 中国广告行业面临的挑战和机遇

##### 2.1.1 中国广告行业发展历程

##### 2.1.2 中国广告业的挑战与机遇

###### (1) 广告行业发展的挑战

###### (2) 广告行业发展的机遇

#### 2.2 中国广告行业市场发展现状分析

##### 2.2.1 中国广告行业市场规模

##### 2.2.2 2022年各细分广告收入规模变化情况

##### 2.2.3 2022年传统广告花费变化情况

#### 2.3 中国广告行业发展趋势和前景分析

### 2.3.1 广告行业发展趋势分析

### 2.3.2 2023-2028年广告行业发展前景预测

## 第3章 中国各细分广告市场发展情况及投放策略

### 3.1 电视媒体广告市场发展情况及投放策略

#### 3.1.1 电视媒体广告收入及时长变化情况

#### 3.1.2 电视各级频道广告收入变化情况

#### 3.1.3 电视各级频道广告时长变化情况

#### 3.1.4 电视各级频道各个频道广告时长变化情况

#### 3.1.5 电视媒体广告对节目类型的依赖度变化情况

#### 3.1.6 电视媒体广告持续增长的原因分析

(1) 中国电视人口综合覆盖率总体呈上升走势

(2) 中国电视用户数量逐年增加

(3) 中国电视观众收视时长稳定

(4) 45岁以上的观众是收视量的主力

(5) “限娱令”作用明显

(6) 收视量的黄金时段没有大幅度的变化

(7) 中国观众电视接触度高

#### 3.1.7 电视广告发展趋势与发展策略

(1) 传统电视与网络互动的密切联系

(2) 多路径网络交互支撑的电视互动

(3) “一剧两星”，卫视频道马太效应加剧

(4) 具体案例分析

### 3.2 报纸广告市场发展情况及投放策略

#### 3.2.1 报纸广告收入变化情况

#### 3.2.2 报纸广告面积变化情况

#### 3.2.3 报纸广告花费TOP5行业

#### 3.2.4 报纸广告花费主要行业细分品类

#### 3.2.5 报纸广告花费TOP10品牌

#### 3.2.6 房地产行业报纸广告投放

#### 3.2.7 机动车行业报纸广告投放

#### 3.2.8 报纸广告全面衰退原因

#### 3.2.9 报纸广告未来发展方向

#### 3.2.10 报纸广告投放效果与投放策略分析

### 3.3 杂志广告市场发展情况及投放策略

#### 3.3.1 杂志广告收入变化情况

- 3.3.2 杂志广告面积变化情况
- 3.3.3 杂志广告资源量变化情况
- 3.3.4 杂志广告收入TOP10类型
- 3.3.5 杂志广告花费TOP5行业
- 3.3.6 杂志广告花费TOP10品牌
- 3.3.7 奢侈品行业杂志广告走弱
- 3.3.8 杂志广告投放效果与投放策略分析
- 3.4 电台媒体广告市场发展情况及投放策略
- 3.5 传统户外广告市场发展情况及投放策略
- 3.6 视频广告市场发展情况
- 3.7 新媒体广告市场发展情况及投放策略
- 第4章 广告主广告投放分析
- 4.1 广告主广告投放规模分析
- 4.1.1 广告投放行业广告花费分析
  - (1) 广告投放行业广告花费排行榜
  - (2) 银行业广告投放分析
    - 1) 银行业广告投放费用
    - 2) 银行业广告投放企业
    - 3) 银行业广告投放媒体
    - 4) 2023-2028年银行广告投放前景
  - (3) 医院广告投放分析
    - 1) 医院广告投放费用
    - 2) 医院广告投放企业
    - 3) 医院广告投放媒体
    - 4) 2023-2028年医院广告投放前景
  - (4) 药品广告投放分析
  - (5) 消费电子广告投放分析
  - (6) 手机广告投放分析
  - (7) 食品饮料广告投放分析
  - (8) 汽车广告投放分析
  - (9) 化妆品广告投放分析
  - (10) 服饰广告投放分析
- 4.1.2 广告投放品牌投放额分析
- 4.2 2022年广告主广告市场投放
- 4.2.1 广告主的信心指数

#### 4.2.2 广告主的营销预算

#### 4.2.3 广告主的预算分配

#### 4.2.4 广告主的营销形式

### 第5章 中国网络广告网民行为分析

#### 5.1 中国网民基本属性分析

##### 5.1.1 2022年中国网民规模分析

##### 5.1.2 2022年中国年龄结构分析

##### 5.1.3 2022年中国性别结构分析

##### 5.1.4 2022年中国PC端VS移动端网民规模对比

##### 5.1.5 2022年中国网民地域分布格局

#### 5.2 中国网络广告网民使用习惯分析

##### 5.2.1 中国网民接触时间最长媒体对比分析

##### 5.2.2 中国网民关注与点击广告的网站情况

#### 5.3 中国网络广告用户态度偏好分析

##### 5.3.1 吸引中国网民注意广告的因素

##### 5.3.2 中国网络广告中吸引网民关注与促使其点击的因素分布

##### 5.3.3 中国网民对网络广告的总体态度

##### 5.3.4 中国网民对网络广告反感的原因分布

##### 5.3.5 中国网民希望未来广告改进的方面

#### 5.4 中国网络广告用户移动端行为分析

##### 5.4.1 中国网民对移动广告的态度分布

##### 5.4.2 中国网民点击过移动端广告的情境分布

##### 5.4.3 中国网民不点击移动端广告的主要原因分布

### 第6章 广告行业领先企业经营分析

#### 6.1 广告雇主最新排名情况分析

#### 6.2 广告行业领先企业经营分析

##### 6.2.1 分众传媒控股有限公司经营情况分析

###### (1) 企业发展简况分析

###### (2) 企业经营情况分析

###### (3) 企业经营优劣势分析

##### 6.2.2 盛世长城国际广告有限公司经营情况分析

###### (1) 企业发展简况分析

###### (2) 企业经营情况分析

###### (3) 企业经营优劣势分析

##### 6.2.3 广东省广告股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析
- 6.2.4 麦肯·光明广告有限公司经营情况分析
  - (1) 企业发展简况分析
  - (2) 企业经营情况分析
  - (3) 企业经营优劣势分析
- 6.2.5 昌荣传播集团经营情况分析
  - (1) 企业发展简况分析
  - (2) 企业经营情况分析
  - (3) 企业经营优劣势分析
- 6.2.6 智威汤逊-中乔广告有限公司经营情况分析
  - (1) 企业发展简况分析
  - (2) 企业经营情况分析
  - (3) 企业经营优劣势分析
- 6.2.7 北京电通广告有限公司经营情况分析
  - (1) 企业发展简况分析
  - (2) 企业经营情况分析
  - (3) 企业经营优劣势分析
- 6.2.8 江苏大贺国际广告集团有限公司经营情况分析
  - (1) 企业发展简况分析
  - (2) 企业经营情况分析
  - (3) 企业经营优劣势分析
- 6.2.9 中视金桥国际传媒集团有限公司经营情况分析
  - (1) 企业发展简况分析
  - (2) 企业经营情况分析
  - (3) 企业经营优劣势分析
- 6.2.10 海南白马广告媒体投资有限公司经营情况分析
  - (1) 企业发展简况分析
  - (2) 企业经营情况分析
  - (3) 企业经营优劣势分析
- 6.3 广告行业领先企业战略总结
  - 6.3.1 企业广告业务客户情况总结
  - 6.3.2 企业发展战略总结分析
  - 6.3.3 企业战略调整方向分析

#### 6.3.4 2023-2028年企业战略规划分析

- (1) 数字战略
- (2) 移动战略
- (3) 大屏战略
- (4) 跨屏战略

### 第7章 广告行业投资分析

#### 7.1 广告行业投资分析

##### 7.1.1 广告行业进入壁垒分析

- (1) 资金壁垒
- (2) 人才壁垒
- (3) 品牌壁垒

##### 7.1.2 广告行业经营模式分析

##### 7.1.3 广告行业投资风险分析

- (1) 行业政策风险
- (2) 行业人才风险
- (3) 行业市场风险

#### 7.2 广告行业投资建议

##### 7.2.1 广告行业投资机会

##### 7.2.2 广告行业投资建议

- (1) 投资方式建议
- (2) 投资方向建议

#### 图表目录：

图表1：按传播媒介为标准广告行业分类

图表2：按广告目的为标准广告行业分类

图表3：按广告传播范围为标准广告行业分类

图表4：中国广告经营额在GDP中占比情况（单位：亿元，%）

图表5：中国广告行业自律组织

图表6：广告行业政策动态

图表7：广告行业相关标准准则一览

图表8：2018-2022年中国国内生产总值（单位：万亿元，%）

图表9：2022年我国主要宏观经济指标增长率预测（单位：%）

图表10：行业按对经济周期的反应分类

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/channel/jingpin/841449.html>