

中国广告行业发展深度研究与投资前景预测报告 (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《中国广告行业发展深度研究与投资前景预测报告（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/202204/592028.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。

国家层面广告行业政策

近年来，为了促进广告行业发展，我国陆续发布了许多政策，如2022年国务院发布的《“十四五”市场监管现代化规划的通知》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。健全传销监测查处工作机制，提升监测能力水平，加大网络传销防范打击力度，加强直销市场监管。

2015-2022年国家层面广告行业政策汇总

发布时间	发布部门	政策名称	重点内容
2015年	国务院办公厅	关于印发贯彻实施质量发展纲要2015年行动计划的通知	做好网络舆论引导工作。建立完善广告信用“黑名单”制度。强化违法广告案件查办工作，强化互联网广告监管，提高对新媒体广告的监管执法水平，进一步打击变相发布违法广告行为。
2016年	工商总局	广告业发展“十三五”规划	增强创新能力。广告产业技术创新、管理创新、制度创新有新成果，广告创意、策划、设计和制作水平达到或接近国际先进水平，广告作品在国际广告业具有影响力，“大众创业、万众创新”孕育的小微企业等新兴广告主成为创新力量和发展增长点。
2017年	中共中央办公厅 国务院办公厅	国家“十三五”时期文化发展改革规划纲要	推进社会主义核心价值观学习实践具体化系统化。加强对社会主义核心价值观的研究阐释和宣传普及，充分运用各类媒体、文艺作品、公益广告和群众性文化活动的开展主题宣传。
2018年	中共中央办公厅 国务院	关于推进城市安全发展的意见	积极开展安全文化创建活动，鼓励创作和传播安全生产主题公益广告、影视剧、微视频等作品。鼓励建设具有城市特色的安全文化教育体验基地、场馆，积极推进把安全文化元素融入公园、街道、社区，营造关爱生命、关注安全的浓厚社会氛围。
2019年	国务院办公厅	关于加快发展流通促进商业消费的意见	优化市场流通环境。强化消费信用体系建设，加快建设覆盖线上线下的重要产品追溯体系。严厉打击线上线下销售侵权假冒商品、发布虚假广告等违法行为，针对食品、药品、汽车配件、小家电等消费品，加大农村和城乡结合部市场治理力度。
2020年	市场监管总局等十一部门	整治虚假违法广告部际联席会议2020年工作要点和整治虚假违法广告部际联席会议工作制度	推动全国广告道德委员会建设。进一步研究完善广告道德委员会的工作职责、组织机构和工作机制，倡导广告行业良好道德风尚，引导广告从业人员强化社会责任意识和道德水平，依法依规自我管理、自我约束，探索建立法律层面、道德层面和行业自律层面多管齐下的广告行业治理格局。
2021年	市场监管总局 中央宣传部 中央网信办等部门	关于做好校外培训广告管控的通知	市场监管部门会同教育等有关部门强

化对校外培训广告监管，加强广告执法，严厉打击相关虚假违法广告。教育部门、民政部门按照职责分工，依法做好校外培训机构的年审年检工作，对经市场监管等有关部门确认并移交的校外培训机构违法违规发布校外培训广告的情形，依法在年检、评估、信用信息管理等工作中作出相应处理。

2022年

中共中央办公厅

国务院办公厅

关于构建更高水平的全民健身公共服务体系的意见 普及全民健身文化。将全民健身理念和知识融入义务教育教材。打造一批科学健身传播平台，加大全民健身公益广告创作和投放力度。发挥体育明星正能量，弘扬中华体育精神。

2022年

国务院

“十四五”市场监管现代化规划的通知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。健全传销监测查处工作机制，提升监测能力水平，加大网络传销防范打击力度，加强直销市场监管。

资料来源：观研天下整理

地方层面广告行业政策汇总

为了响应国家号召，各省市积极推动广告行业发展，如湖北省发布的《湖北省广告产业发展“十四五”规划》支持广告业态创新。推动云计算、5G、区块链等技术在广告产品研发、经营管理、市场开拓和商业模式方面的创新应用，构建互联网、物联网下广告新生态系统。支持跨区域、跨媒介、跨终端全媒体广告生产、广告发布和广告监测评估的新型广告媒体集团发展。

发布时间 省市 政策名称 重点内容 2021年 湖北 湖北省广告产业发展“十四五”规划 支持广告业态创新。推动云计算、5G、区块链等技术在广告产品研发、经营管理、市场开拓和商业模式方面的创新应用，构建互联网、物联网下广告新生态系统。支持跨区域、跨媒介、跨终端全媒体广告生产、广告发布和广告监测评估的新型广告媒体集团发展。鼓励探索具有湖北特色的在线新经济商业模式和运作方式。 2021年 浙江 浙江省广告产业发展“十四五”规划 形成产业人才技术双高地。完善广告人才评价体系，推进“政企校+产学研”深度融合，鼓励国内外人才汇流，形成多层次多元化的广告业人才培养体系。推进数字赋能广告行业，技术驱动广告产业升级，实现数字技术在全省广告领域快速发展。

2021年

湖南

关于开展广播电视商业广告专项整治工作的通知 把集中整治和完善制度机制紧密结合起来，着力推动治理长效化。强化各级广播电视播出机构内部管理机制建设，重点是强化商业广告播出管理制度、审查把关制度建设，切实抓好责任落实，做到责任到部门、责任到人，确保商业广告播出不出问题。强化广电行政部门监管机制建设，重点是抓紧建立健全监测监看体系，切实加强对于辖区内广播电视播出机构的集中全面监测监看。

2021年

黑龙江

黑龙江省公益广告促进和管理暂行办法 各地加大对公益广告的投入，研究制定扶持公益广告的政策，积极探索通过多种渠道筹措公益广告资金，为公益广告创作宣传提供有力保障。

2022年 江苏 江苏省广告监管和产业发展“十四五”规划 推动广告赋能。搭建广告产业上下游产业对接平台，促进广告产业与实体经济共同发展，推动江苏特色文化和广告产业融合，助力文化产业发展。 2021年 贵州 贵州省“十四五”广告产业发展规划 积极推动广告从业者提升

创意水平,鼓励原创广告作品,促进广告产业与农业、旅游业等相关产业的融合发展,鼓励广告企业积极参与创意农业、创意设计类特色小镇以及旅游商品的创意设计工作,提升广告产业创意设计高端服务水平,促进广告产业转型升级。

资料来源：观研天下整理（XD）

观研报告网发布的《中国广告行业发展深度研究与投资前景预测报告（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分析。

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

一、中国GDP增长情况分析

二、工业经济发展形势分析

三、社会固定资产投资分析

四、全社会消费品零售总额

五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

七、对外贸易发展形势分析

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

第六节 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

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202204/592028.html>