

中国公益广告行业发展深度调研与投资前景研究 报告（2023-2030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《中国公益广告行业发展深度调研与投资前景研究报告（2023-2030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/202304/632573.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

公益广告是不以营利为目的而为社会提供免费服务的广告活动。我国建国以后，公益性的广告活动日益增多，对全社会进行道德和思想教育发挥了重要作用，例如有关部门进行的防火防盗、保护森林、节制生育、维护公共秩序、不要随地吐痰等广告宣传，均属公益广告的性质。

我国公益广告相关政策

近些年来，为加大公益广告宣传力度，我国陆续发布了许多政策，如2022年国务院发布的《“十四五”旅游业发展规划》提出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消息，做好正面宣传，引导理性维权。

我国公益广告相关政策

发布时间

发布部门

政策名称

主要内容

2016年12月

国务院办公厅

国务院办公厅关于加强个人诚信体系建设的指导意见

推动创作中华传统诚信文化与时代价值观相融合的诚信文艺作品、公益广告，丰富诚信宣传载体，增加诚信宣传频次，提升诚信宣传水平。

2017年9月

国务院办公厅

国务院办公厅关于进一步加强文物安全工作的实施意见

加强文物保护法律法规宣传普及，充分利用文艺演出、公益广告、广播电视节目等形式，积极利用各类新闻媒体平台，引导全社会树立保护文物光荣、破坏文物违法的意识。

2018年1月

中共中央办公厅、国务院办公厅

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。

2018年6月

国务院办公厅

国务院办公厅关于推进奶业振兴保障乳品质量安全的意见

开展公益宣传，加大公益广告投放力度，强化乳制品消费正面引导。

2020年3月

中共中央办公厅、国务院办公厅

关于构建现代环境治理体系的指导意见

加大环境公益广告宣传力度，研发推广环境文化产品。

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。

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1月

国务院

“十四五”市场监管现代化规划

实施广告业服务能力提升行动和公益广告振兴行动。

2022年3月

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

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。

2023年1月

文化和旅游部

文化和旅游部关于推动在线旅游市场高质量发展的意见

引导在线旅游经营者积极参与旅游市场宣传推广活动和旅游公益广告作品展播，开展旅游新理念宣传引导。

资料来源：观研天下整理

部分省市公益广告相关政策

为了响应国家号召，各省市积极推动公益广告的发展，比如宁夏回族自治区发布的《宁夏回族自治区市场监督管理“十四五”规划》提出发展公益广告，传播先进文化，推动建立各级公益广告发展专项基金，积极推进政府采购公益广告服务。建设和完善公益广告作品库，促进公益广告作品资源和数据互通共享、监督管理高效便捷。

部分省市公益广告相关政策

省份

发布时间

政策名称

主要内容

云南省

2022年5月

云南省“十四五”文化和旅游发展规划

推出倡导文明旅游和理性消费为主的公益广告，增强人们文明旅游、理性消费的价值取向和认同感，树立绿色旅游价值观、培育文明旅游理念、践行低碳出行方式，营造全社会文明旅游、理性消费良好环境。

江西省

2022年7月

江西省碳达峰实施方案

加强对公众的生态文明科普教育，开发绿色低碳文创产品和公益广告。

天津市

2022年8月

天津市贯彻落实“十四五”市场监管现代化规划实施方案

加强公益广告宣传，弘扬社会新风正气。

宁夏回族自治区

2021年10月

宁夏回族自治区市场监督管理“十四五”规划

发展公益广告，传播先进文化，推动建立各级公益广告发展专项基金，积极推进政府采购公益广告服务。建设和完善公益广告作品库，促进公益广告作品资源和数据互通共享、监督管理高效便捷。

河北省

2022年3月

河北省全民科学素质行动规划纲要实施方案（2021—2025年）

推进图书、报刊、音像、电视、广播等传统媒体与新媒体深度融合，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。

陕西省

2021年12月

陕西省贯彻 全民科学素质行动规划纲要（2021—2035年） 实施方案

鼓励公益广告增加科学传播内容，提高科普内容的接受度。

贵州省

2022年5月

贵州省全民科学素质行动规划纲要实施方案（2021—2025年）

鼓励公益广告增加科学传播内容，加强与城市公交、地铁等合作，实现科普内容多渠道全媒体传播。

资料来源：观研天下整理（XD）

注：上述信息仅供参考，具体内容以报告正文为准。

观研报告网发布的《中国公益广告行业发展深度调研与投资前景研究报告（2023-2030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 2019-2023年中国公益广告行业发展概述

第一节 公益广告行业发展情况概述

一、公益广告行业相关定义

二、公益广告特点分析

三、公益广告行业基本情况介绍

四、公益广告行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售/服务模式

五、公益广告行业需求主体分析

第二节 中国公益广告行业生命周期分析

一、公益广告行业生命周期理论概述

二、公益广告行业所属的生命周期分析

第三节 公益广告行业经济指标分析

一、公益广告行业的赢利性分析

二、公益广告行业的经济周期分析

三、公益广告行业附加值的提升空间分析

第二章 2019-2023年全球公益广告行业市场发展现状分析

第一节 全球公益广告行业发展历程回顾

第二节 全球公益广告行业市场规模与区域分布情况

第三节 亚洲公益广告行业地区市场分析

一、亚洲公益广告行业市场现状分析

二、亚洲公益广告行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲公益广告行业市场前景分析

第四节 北美公益广告行业地区市场分析

一、北美公益广告行业市场现状分析

二、北美公益广告行业市场规模与市场需求分析

三、北美公益广告行业市场前景分析

第五节 欧洲公益广告行业地区市场分析

一、欧洲公益广告行业市场现状分析

二、欧洲公益广告行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲公益广告行业市场前景分析

第六节 2023-2030年世界公益广告行业分布走势预测

第七节 2023-2030年全球公益广告行业市场规模预测

第三章 中国公益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公益广告行业的影响分析

第三节 中国公益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 政策环境对公益广告行业的影响分析

第五节 中国公益广告行业产业社会环境分析

第四章 中国公益广告行业运行情况

第一节 中国公益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 中国公益广告行业市场规模分析

一、影响中国公益广告行业市场规模的因素

二、中国公益广告行业市场规模

三、中国公益广告行业市场规模解析

第三节 中国公益广告行业供应情况分析

一、中国公益广告行业供应规模

二、中国公益广告行业供应特点

第四节 中国公益广告行业需求情况分析

一、中国公益广告行业需求规模

二、中国公益广告行业需求特点

第五节 中国公益广告行业供需平衡分析

第五章 中国公益广告行业产业链和细分市场分析

第一节 中国公益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、公益广告行业产业链图解

第二节 中国公益广告行业产业链环节分析

一、上游产业发展现状

二、上游产业对公益广告行业的影响分析

三、下游产业发展现状

四、下游产业对公益广告行业的影响分析

第三节 我国公益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 2019-2023年中国公益广告行业市场竞争分析

第一节 中国公益广告行业竞争现状分析

一、中国公益广告行业竞争格局分析

二、中国公益广告行业主要品牌分析

第二节 中国公益广告行业集中度分析

一、中国公益广告行业市场集中度影响因素分析

二、中国公益广告行业市场集中度分析

第三节 中国公益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 2019-2023年中国公益广告行业模型分析

第一节 中国公益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 中国公益广告行业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、中国公益广告行业SWOT分析结论

第三节 中国公益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 2019-2023年中国公益广告行业需求特点与动态分析

第一节 中国公益广告行业市场动态情况

第二节 中国公益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 公益广告行业成本结构分析

第四节 公益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 中国公益广告行业价格现状分析

第六节 中国公益广告行业平均价格走势预测

- 一、中国公益广告行业平均价格趋势分析
- 二、中国公益广告行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国公益广告行业所属行业运行数据监测

第一节 中国公益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 中国公益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 中国公益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 2019-2023年中国公益广告行业区域市场现状分析

第一节 中国公益广告行业区域市场规模分析

- 一、影响公益广告行业区域市场分布的因素
- 二、中国公益广告行业区域市场分布

第二节 中国华东地区公益广告行业市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区公益广告行业市场分析
 - (1) 华东地区公益广告行业市场规模
 - (2) 华东地区公益广告行业市场现状
 - (3) 华东地区公益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、华中地区公益广告行业市场分析
 - (1) 华中地区公益广告行业市场规模
 - (2) 华中地区公益广告行业市场现状
 - (3) 华中地区公益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、华南地区公益广告行业市场分析
 - (1) 华南地区公益广告行业市场规模
 - (2) 华南地区公益广告行业市场现状
 - (3) 华南地区公益广告行业市场规模预测

第五节 华北地区公益广告行业市场分析

- 一、华北地区概述
- 二、华北地区经济环境分析
- 三、华北地区公益广告行业市场分析
 - (1) 华北地区公益广告行业市场规模
 - (2) 华北地区公益广告行业市场现状

(3) 华北地区公益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、东北地区公益广告行业市场分析

(1) 东北地区公益广告行业市场规模

(2) 东北地区公益广告行业市场现状

(3) 东北地区公益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、西南地区公益广告行业市场分析

(1) 西南地区公益广告行业市场规模

(2) 西南地区公益广告行业市场现状

(3) 西南地区公益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、西北地区公益广告行业市场分析

(1) 西北地区公益广告行业市场规模

(2) 西北地区公益广告行业市场现状

(3) 西北地区公益广告行业市场规模预测

第十一章 公益广告行业企业分析（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

第七节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第八节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第九节 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 2023-2030年中国公益广告行业发展前景分析与预测

第一节 中国公益广告行业未来发展前景分析

- 一、公益广告行业国内投资环境分析
- 二、中国公益广告行业市场机会分析
- 三、中国公益广告行业投资增速预测

第二节 中国公益广告行业未来发展趋势预测

第三节 中国公益广告行业规模发展预测

- 一、中国公益广告行业市场规模预测
- 二、中国公益广告行业市场规模增速预测
- 三、中国公益广告行业产值规模预测
- 四、中国公益广告行业产值增速预测
- 五、中国公益广告行业供需情况预测

第四节 中国公益广告行业盈利走势预测

第十三章 2023-2030年中国公益广告行业进入壁垒与投资风险分析

第一节 中国公益广告行业进入壁垒分析

- 一、公益广告行业资金壁垒分析
- 二、公益广告行业技术壁垒分析
- 三、公益广告行业人才壁垒分析
- 四、公益广告行业品牌壁垒分析
- 五、公益广告行业其他壁垒分析

第二节 公益广告行业风险分析

- 一、公益广告行业宏观环境风险
- 二、公益广告行业技术风险
- 三、公益广告行业竞争风险

四、公益广告行业其他风险

第三节 中国公益广告行业存在的问题

第四节 中国公益广告行业解决问题的策略分析

第十四章 2023-2030年中国公益广告行业研究结论及投资建议

第一节 观研天下中国公益广告行业研究综述

一、行业投资价值

二、行业风险评估

第二节 中国公益广告行业进入策略分析

一、行业目标客户群体

二、细分市场选择

三、区域市场的选择

第三节 公益广告行业营销策略分析

一、公益广告行业产品策略

二、公益广告行业定价策略

三、公益广告行业渠道策略

四、公益广告行业促销策略

第四节 观研天下分析师投资建议

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202304/632573.html>