

2024版广告行业发展现状调研及市场前景分析报告

中国产业调研网

www.cir.cn

一、基本信息

报告名称： 2024版广告行业发展现状调研及市场前景分析报告

报告编号： 1370637 ← 咨询订购时，请说明该编号

报告价格： 电子版：9200 元 纸质+电子版：9500 元

优惠价格： 电子版：8200 元 纸质+电子版：8500 元 可提供增值税专用发票

咨询热线： 400 612 8668、010-66181099、66182099、010-66183099

电子邮箱： kf@Cir.cn

详细内容： <https://www.cir.cn/7/63/GuangGaoShiChangDiaoChaBaoGao.html>

提示信息： 如需订阅英文、日文等其它语言版本，请向客服咨询。

二、内容介绍

广告行业正经历数字化转型，从传统媒体向数字媒体的转移加速。社交媒体、搜索引擎和在线视频平台成为广告投放的主要渠道，个性化和定向广告技术的应用提高了广告效果。同时，品牌越来越重视内容营销和影响力营销，以建立更深层次的品牌与消费者关系。然而，数据隐私法规的加强和广告拦截技术的普及，对行业构成了挑战。

未来，广告行业将更加注重数据驱动和创意创新。随着区块链技术的应用，广告交易将更加透明和安全，减少欺诈。同时，增强现实（AR）和虚拟现实（VR）技术的整合将为品牌提供沉浸式广告体验，提升消费者参与度。此外，随着人工智能的发展，程序化广告和个性化推荐将更加精准，满足消费者日益增长的个性化需求。

第一部分 广告行业发展现状

第一章 广告行业发展概述

第一节 广告行业概述

- 一、广告的定义
- 二、广告的分类
- 三、我国广告行业结构
- 四、广告的发展历程

第二节 广告的创作

- 一、广告语言的创新手法
- 二、意识形态广告的视觉美学
- 三、现代广告与传统民族文化的融合
- 四、广告的创意

第二章 全球广告行业发展分析

第一节 2024年国际广告行业发展现状

- 一、全球商业广告行业规模增速放缓
- 二、移动广告带动全球广告支出增长

第二节 2024年国际广告行业基本特点

- 一、行业呈现多寡头垄断的竞争格局
- 二、拉丁美洲和亚太地区成为广告市场增长最快的地区
- 三、互联网成为增长最快的广告媒体

第三节 全球广告市场分析

- 一、全球广告市场格局分析
- 二、2024年戛纳广告节的开展情况
- 三、2024年全球广告支出情况分析
- 四、2024年全球互联网广告开支额
- 五、2023-2024年中国对全球广告市场的贡献

第四节 美国广告市场分析

- 一、2024年美国广告主营销方式的选择
- 二、2024年经济对美国广告行业的影响
- 三、2024年美国广告行业开支情况分析
- 四、2024年全年美国广告行业开支预测
- 五、2024年广告主投放网络广告的情况
- 六、2024年美国广告市场份额情况预测

第五节 其他广告市场分析

- 一、2023-2024年英国广告市场分析
- 二、2023-2024年法国广告市场分析
- 三、2023-2024年日本广告市场分析

第三章 我国广告行业发展分析

第一节 我国广告市场发展分析

- 一、2023-2024年中国广告发展现状
- 二、2024年内地广告市场规模分析
- 三、2024年中国广告市场价值分析
- 四、2024年中国广告市场的投放额
- 五、2024年广告行业人才供求情况
- 六、2023-2024年广告市场面临的挑战

第二节 我国广告市场规范情况

- 一、2024年中国查处广告违法案件情况
- 二、2024年广告业存在的主要问题探讨

三、2024年中国广告行业自律规则及产业政策

四、2024年广告行业结盟维护创意版权

第四章 中国广告行业市场运行形势分析

第一节 2024年中国广告市场整体情况

一、2024年中国广告市场花费总额同比分析

二、与2024年同比中国广告市场的增幅

三、中国广告业属于高增长国家

第二节 2024年中国广告市场供需状况分析

一、2024年中国广告市场供给状况分析

二、2024年中国广告市场需求分析

三、2024年中国广告市场供需平衡分析

第三节 2024年影响广告行业发展的因素分析

一、经济环境的制约

二、广告市场的兴衰与地区经济的发展状况息息相关

三、地区的广告意识

四、广告专业水准

五、广告市场秩序

第五章 中国广告媒体结构分析

第一节 媒体整体保持高增长，新媒体市场份额加大

一、传统四大媒体突破停滞期相对回暖

二、电视、报纸、杂志、电台和户外媒体广告投放增长率分析

三、电台和户外媒体的高速增长势头不再

四、传统媒体“渠道霸权”的时代即将终结

第二节 新媒体增势喜人，受到商家追捧

一、新媒体层出不穷，发展看好

二、户外广告因政策因素发展趋于理性

三、互联网、楼宇电视、公交和列车电视等新兴媒体成为广告界新宠

四、新媒体频频涌现，创造了无可替代的价值和商机

第三节 新媒体五大发展优势

一、对传统媒体冲击加强，替代趋势加速

二、营销价值凸显，营销属性加强

三、产业投资价值看好，合作、收购力度加强

四、产业创新速度加快，新的产品，新的服务不断涌现

五、数字阅读热度持续攀升，移动新媒体初露端倪

第六章 中国广告主要投放行业市场运行态势分析

第一节 中国广告投放区域分析

- 一、地区广告经营热点纷呈
- 二、全国各地区广告投放情况
- 三、全国各地区广告经营额的同比变化分析

第二节 2024年中国广告投放主要集中行业分析

- 一、房地产
- 二、药品
- 三、食品
- 四、汽车
- 五、it
- 六、化妆品

第七章 报刊杂志广告市场分析

第一节 报刊杂志广告市场分析

- 一、2024年中国报刊杂志广告市场分析
- 二、2024年大陆报刊杂志广告市场分析
- 三、2024年报纸广告的发展分析

第二节 制约报纸广告发展的因素分析

- 一、收益与研发分析
- 二、印刷的质量分析
- 三、经营与业务分析

第三节 报刊杂志广告发展策略分析

- 一、2023-2024年影响报业广告走势的变量
- 二、国内报纸广告的创新策略分析
- 三、提高杂志发行量的策略分析
- 四、报业广告经营模式和增长方式研究
- 五、e时代都市报广告的经营策略分析

第八章 电视广告市场分析

第一节 电视广告市场发展分析

- 一、2024年中国电视广告市场规模分析
- 二、2024年公交移动电视广告投放比例
- 三、2023-2024年中国电视广告市场投放额
- 四、2023-2024年地铁移动电视广告市场分析

第二节 cctv2014年广告招标分析

- 一、cctv2014年广告招标总额增长情况
- 二、从cctv黄金资源招标看2024年中国广告市场

三、cctv招标与2024年网络广告市场预测

第九章 广播广告市场分析

第一节 广播广告市场发展分析

- 一、广播广告的优劣势分析
- 二、我国广播广告市场发展概况
- 三、我国交通广播广告市场创收情况
- 四、乡村广播广告市场的发展前景

第二节 广播广告的经营特征分析

- 一、广播广告发展现状
- 二、多元化的经营格局
- 三、频率制的发展分析
- 四、新语境下发展分析

第十章 户外广告市场分析

第一节 户外广告市场现状分析

- 一、2024年户外广告市场格局分析
- 二、2024年户外液晶广告行业分析
- 三、2024年户外电子屏广告的收入

第二节 户外广告市场空间分析

- 一、2024年中国户外广告市场规模
- 二、2024年高校户外广告市场规模
- 三、户外广告位使用权拍卖趋势分析

第十一章 网络广告市场分析

第一节 网络广告发展现状分析

- 一、当今互联网广告现状分析
- 二、2024年中国网络广告发展情况

第二节 2024年中国网络广告市场回顾

- 一、整体花费情况分析
- 二、各业广告投放情况
- 三、广告主的竞争情况
- 四、奥运广告主的花费

第三节 2023-2024年中国网络广告市场分析

- 一、2024年四大门户网站广告收入情况
- 二、2024年第十二届中国互联网大会
- 三、2024年中国网络广告市场规模情况
- 四、2024年中国网络展示广告市场价值

- 五、2024年房地产行业网络广告的投放
- 六、2024年汽车行业网络广告投放情况
- 七、2023-2024年视频新媒体广告市场空间

第十二章 无线广告市场分析

第一节 移动广告发展概述

- 一、移动广告定义及特点
- 二、移动广告的优劣势分析
- 三、全球市场发展情况分析
- 四、移动广告市场需求分析
- 五、市场发展前景及规模

第二节 2023-2024年无线广告市场分析

- 一、无线广告的准入营销法则
- 二、2024年无线广告市场空间及竞争
- 三、2024年无线广告市场发展及规模
- 四、2024年无线广告市场的前景分析
- 五、2024年短信广告发展现状及趋势
- 六、2024年移动互联网催热手机广告

第二部分 广告行业竞争格局

第十三章 广告行业竞争分析

第一节 2024年中国广告行业竞争格局分析

- 一、四大传统媒体占据广告市场半壁江山
- 二、快消品行业广告增幅显著
- 三、外资广告公司增速迅猛
- 四、区域格局地区特点鲜明

第二节 2024年中国广告行业竞争行为分析

- 一、收购合并频繁，楼宇广告竞争激烈
- 二、网络广告公司各有竞争妙招
- 三、新旧媒体在竞争中融合

第三节 2023-2024年中国广告行业竞争分析及预测

- 一、2024年广告市场竞争情况分析
- 二、2024年广告市场竞争形势分析
- 三、2023-2024年集中度分析及预测
- 四、2023-2024年swot分析及预测
- 五、2023-2024年进入退出状况分析及预测
- 六、2023-2024年生命周期分析及预测

第四节 网络广告竞争格局分析

- 一、国内网络广告市场竞争分析
- 二、2024年网络广告行业新进情况分析
- 三、2024年三线城市网络广告竞争分析
- 四、2024年游戏内置广告市场竞争分析
- 五、2023-2024年网络广告市场竞争形势

第十四章 广告企业竞争策略分析

第一节 广告市场竞争策略分析

- 一、2024年广告市场增长潜力分析
- 二、2024年广告主要潜力项目分析
- 三、现有广告竞争策略分析
- 四、广告潜力项目竞争策略选择
- 五、典型企业项目竞争策略分析

第二节 广告企业竞争策略分析

- 一、新冠疫情对广告行业竞争格局的影响
- 二、金融危机后广告行业竞争格局的变化
- 三、2024-2030年我国广告市场竞争趋势
- 四、2024-2030年广告行业竞争格局展望
- 五、2024-2030年广告行业竞争策略分析
- 六、2024-2030年广告企业竞争策略分析

第十五章 广告重点企业分析

第一节 奥美整合行销传播集团

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2023-2024年经营状况
- 四、2024-2030年发展战略

第二节 中视金桥国际传播集团

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2023-2024年经营状况
- 四、2024-2030年发展战略

第三节 中视传媒股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2023-2024年经营状况

四、2024-2030年发展战略

第四节 北京巴士传媒股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2023-2024年经营状况
- 四、2024-2030年发展战略

第五节 tom户外传媒集团

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2023-2024年经营状况
- 四、2024-2030年发展战略

第六节 湖南电广传媒股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2023-2024年经营状况
- 四、2024-2030年发展战略

第七节 广东九州阳光传媒股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2023-2024年经营状况
- 四、2024-2030年发展战略

第八节 陕西广电网络传媒股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2023-2024年经营状况
- 四、2024-2030年发展战略

第九节 成都博瑞传播股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2023-2024年经营状况
- 四、2024-2030年发展战略

第十节 分众传媒（中国）控股有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2023-2024年经营状况
- 四、2024-2030年发展战略

第三部分 广告行业前景预测

第十六章 广告行业发展趋势预测

第一节 广告行业前景分析

- 一、未来广告的发展趋势展望
- 二、中国广告未来发展前景广阔
- 三、2024年我国广告产业发展趋势
- 四、2024年中国广告市场发展预测
- 五、2024-2030年广告发展方向探讨
- 六、2024-2030年广告市场规模预测

第二节 2024-2030年广告市场趋势分析

- 一、2023-2024年广告市场趋势总结
- 二、2024-2030年广告发展趋势分析
- 三、2024-2030年广告市场发展空间
- 四、2024-2030年广告产业政策趋向
- 五、2024-2030年广告价格走势分析

第三节 2024-2030年广告市场预测

- 一、2024-2030年广告市场结构预测
- 二、2024-2030年广告市场需求前景
- 三、2024-2030年广告市场价格预测
- 四、2024-2030年广告行业集中度预测

第四部分 广告行业投资战略研究

第十七章 广告行业投资现状分析

第一节 2024年广告行业投资情况分析

- 一、2024年总体投资及结构
- 二、2024年投资规模情况
- 三、2024年投资增速情况
- 四、2024年分行业投资分析
- 五、2024年分地区投资分析
- 六、2024年外商投资情况

第二节 2024-2030年广告行业投资趋势预测

第十八章 广告行业投资环境分析

第一节 经济发展环境分析

- 一、2023-2024年我国宏观经济运行情况
- 二、2024-2030年我国宏观经济形势分析
- 三、2024-2030年投资趋势及其影响预测

第二节 政策法规环境分析

- 一、2024年广告行业政策环境
- 二、2024年国内宏观政策对其影响
- 三、2024年行业产业政策对其影响

第三节 社会发展环境分析

- 一、国内社会环境发展现状
- 二、2024年社会环境发展分析
- 三、2024-2030年社会环境对行业的影响分析

第十九章 广告行业投资机会与风险

第一节 广告行业投资效益分析

- 一、2023-2024年广告行业投资状况分析
- 二、2024-2030年广告行业投资效益分析
- 三、2024-2030年广告行业的投资方向
- 四、2024-2030年广告行业投资的建议
- 五、新进入者应注意的障碍因素分析

第二节 影响广告行业发展的主要因素

- 一、2024-2030年影响广告行业运行的有利因素分析
- 二、2024-2030年影响广告行业运行的稳定因素分析
- 三、2024-2030年影响广告行业运行的不利因素分析
- 四、2024-2030年我国广告行业发展面临的挑战分析
- 五、2024-2030年我国广告行业发展面临的机遇分析

第三节 广告行业投资风险及控制策略分析

- 一、2024-2030年广告行业市场风险及控制策略
- 二、2024-2030年广告行业政策风险及控制策略
- 三、2024-2030年广告行业经营风险及控制策略
- 四、2024-2030年广告同业竞争风险及控制策略
- 五、2024-2030年广告行业其他风险及控制策略

第二十章 广告行业投资战略研究

第一节 广告行业发展战略研究

- 一、战略综合规划
- 二、业务组合战略
- 三、区域战略规划
- 四、产业战略规划
- 五、营销品牌战略
- 六、竞争战略规划

第二节 对广告品牌的战略思考

- 一、企业品牌的重要性
- 二、广告实施品牌战略的意义
- 三、广告企业品牌的现状分析
- 四、广告企业的品牌战略
- 五、广告品牌战略管理的策略

第三节 中^智林 广告行业投资战略研究

- 一、2024年广告行业投资战略
-
- 三、2024-2030年广告行业投资战略
- 四、2024-2030年细分行业投资战略

图表目录

- 图表 2019-2024年法国互联网广告市场的投资情况
- 图表 2019-2024年我国gdp和传统媒体广告刊例同比增速情况
- 图表 2024年我国广告花费同比增速情况
- 图表 2023-2024年同期我国各媒体广告资源量的变化
- 图表 2024年我国广告花费行业top
- 图表 2024年我国广告市场行业增长贡献率最大的前五个行业
-
- 图表 2024年我国广告品牌花费top
- 图表 2024年广告市场区域投放同比增速（电视、报纸、杂志、电台）
- 图表 2024年我国广告投放区域分布情况（电视、报纸、杂志、电台）
- 图表 2019-2024年我国广播电台药品广告主/品牌/产品个数趋势
- 图表 2024年四级电视媒体集团的广告花费和广告时长同比增长趋势
- 图表 2024年广告市场各行业花费增长对比（电视/报纸/杂志/电台）
- 图表 2024年fmcg小类——化妆品/个人卫生用品广告花费增长趋势
- 图表 2024年fmcg行业小类——饮料广告花费增长趋势
- 图表 2024年fmcg小类——食品广告花费增长趋势
- 图表 2024年广告市场前十广告主投放增长对比
- 图表 2019-2024年中国房地产网站月度覆盖人数
- 图表 房产移动解决方案
- 图表 2024年我国医药新闻传播媒体类型分布
- 图表 2024年我国医药新闻传播区域分布
- 图表 2024年我国平面新闻传播重点城市top
- 图表 2024年平面新闻传播重点媒体top
- 图表 2024年医药行业平面新闻传播品牌声量top

图表 2024年网络新闻传播重点媒体top

图表 2024年医药行业网络新闻传播品牌声量top

图表 2024年我国医药行业新闻传播文章 内容分布

图表 2024年医药行业新闻传播疾病领域top

图表 2024年我国食品行业广告投放前6品类

图表 2024年我国传统媒介top5行业的广告刊例花费增幅

图表 2024年top10行业大类的广告花费情况

图表 2024年汽车行业广告主广告花费top

图表 2024年汽车行业品牌广告花费top

图表 2024年我国化妆/浴室用品广告投放前6品类

图表 2024年我国报纸移动传播地域分布图

图表 2024年我国报纸移动传播百强城市分布

图表 2024年我国报纸移动传播百强按内容分类

图表 我国150家报纸各移动平台开通数量及占比

图表 2024年我国中西部地级市党报微博微信开通率

图表 2024年我国不同级别电视广告投放情况

图表 在线视频和电视的产业链格局

图表 2024年我国传统户外广告（含地铁）刊例花费逐月增长率

图表 传统户外（含地铁）增长贡献率最大5个行业

图表 传统户外（含地铁）增长贡献率最小5个行业

图表 2024年传统户外（含地铁）广告行业刊例花费增长率

图表 2024年传统广告（含地铁）投放前20厂商增长情况

图表 2024年传统户外（含地铁）广告投放top20品牌

图表 2024年传统户外广告（含地铁）投放top20品牌媒介投放份额（按广告刊例花费）

图表 2024年传统户外（含地铁）广告前10类型占比情况

图表 2024年传统户外（含地铁）不同级别城市花费&资源量

图表 2024年商务楼广告刊例花费逐月增长率

图表 2024年商务楼宇广告行业刊例花费增长率

图表 2024年商务楼宇广告投放top20品牌

图表 2024年公交移动广告刊例花费逐月增长率

图表 2024年公交移动广告行业刊例花费增长率

图表 2024年公交移动广告投放top20品牌

图表 2024年我国户外电子屏广告细分市场份额

.....

图表 2019-2024年我国户外电子屏广告市场规模

图表 2024-2030年中国网络广告市场规模及预测

图表 2024-2030年中国不同形式网络广告份额及预测

图表 2024年中国互联网广告运营商市场收入份额

图表 2024年主要行业类别网络广告投放费用

图表 2024年主要房产信息网站网络广告刊例费用占比统计

图表 2024年广告行业并购交易情况

图表 2023-2024年中视金桥国际传媒控股有限公司资产负债情况

图表 2023-2024年中视金桥国际传媒控股有限公司现金流量情况

图表 2023-2024年中视金桥国际传媒控股有限公司综合损益情况

图表 2024年中视传媒股份有限公司主要经济指标

图表 2024年中视传媒股份有限公司盈利能力

图表 2024年中视传媒股份有限公司偿债能力

图表 2024年中视传媒股份有限公司营运能力

图表 2024年中视传媒股份有限公司成长能力

图表 2024年北京巴士传媒股份有限公司主要经济指标

图表 2024年北京巴士传媒股份有限公司盈利能力

图表 2024年北京巴士传媒股份有限公司偿债能力

图表 2024年北京巴士传媒股份有限公司营运能力

图表 2024年北京巴士传媒股份有限公司成长能力

图表 2023-2024年tom集团有限公司资产负债情况

图表 2023-2024年tom集团有限公司现金流量情况

图表 2023-2024年tom集团有限公司综合收益情况

图表 2024年湖南电广传媒股份有限公司主要经济指标

图表 2024年湖南电广传媒股份有限公司盈利能力

图表 2024年湖南电广传媒股份有限公司偿债能力

图表 2024年湖南电广传媒股份有限公司营运能力

图表 2024年湖南电广传媒股份有限公司成长能力

图表 2024年广东广州日报传媒股份有限公司主要经济指标

图表 2024年广东广州日报传媒股份有限公司盈利能力

图表 2024年广东广州日报传媒股份有限公司偿债能力

图表 2024年广东广州日报传媒股份有限公司运营能力

图表 2024年广东广州日报传媒股份有限公司成长能力

图表 2024年陕西广电网络传媒（集团）股份有限公司主要经济指标

图表 2024年陕西广电网络传媒（集团）股份有限公司盈利能力

图表 2024年陕西广电网络传媒（集团）股份有限公司偿债能力

图表 2024年陕西广电网络传媒（集团）股份有限公司营运能力

图表 2024年陕西广电网络传媒（集团）股份有限公司成长能力

图表 2024年成都博瑞传播股份有限公司主要经济指标

图表 2024年成都博瑞传播股份有限公司盈利能力

图表 2024年成都博瑞传播股份有限公司偿债能力

图表 2024年成都博瑞传播股份有限公司营运能力

图表 2024年成都博瑞传播股份有限公司成长能力

图表 2024-2030年广告行业市场容量预测

图表 2024-2030年广告行业销售收入预测

图表 2019-2024年电视广告增长情况

图表 2024年我国广告市场花费结构情况

图表 2024年我国广告市场花费规模情况

图表 2019-2024年国内生产总值及其增长速度

图表 2023-2024年国内生产总值增长速度（累计同比）

图表 2024年我国居民消费价格上涨情况（月度同比）

图表 2023-2024年我国城镇居民人均可支配收入实际增长速度

图表 2023-2024年我国农村居民人均收入实际增长速度（累计同比）

图表 2019-2024年全社会固定资产投资及其增长速度

图表 2019-2024年公共财政收入及其增长速度

图表 2023年末全部金融机构本外币存贷款余额及其增长速度

图表 2024年我国汇率变化情况

图表 我国人民币存贷款基准利率历次调整一览表

图表 2019-2024年我国存款准备金率调整一览表

图表 2019-2024年社会消费品零售总额及其增长速度

图表 2019-2024年我国货物进出口总额

图表 2023年末人口数及其构成

图表 2019-2024年城镇新增就业人数

图表 2019-2024年国内生产总值与全部就业人员比率

图表 2019-2024年农村居民人均纯收入

图表 2019-2024年城镇居民人均可支配收入

图表 2019-2024年高等教育、中等职业教育及普通高中招生人数

图表 2019-2024年研究与试验发展（r&d）经费支出

图表 2019-2024年卫生技术人员人数

图表 区域发展战略咨询流程图

图表 区域swot战略分析图

图表 四种基本的品牌战略

略……

订阅“2024版广告行业发展现状调研及市场前景分析报告”，编号：1370637，

请致电：400 612 8668、010-6618 1099、010-66182099、010-66183099

Email邮箱：kf@Cir.cn

详细内容：<https://www.cir.cn/7/63/GuangGaoShiChangDiaoChaBaoGao.html>

了解更多，请访问上述链接，以下无内容！！