



艾凯咨询
ICAN Consulting

2011-2015年中国广告公司市场 竞争对手态势深度评估与投资战 略前景预测报告

一、调研说明

《2011-2015年中国广告公司市场竞争对手态势深度评估与投资战略前景预测报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/159576.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.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、摘要、目录、图表

摘要：

进入二十一世纪以来，随着我国国民经济的高速发展，我国广告公司行业保持了多年高速增长，并随着我国加入WTO。近年来，广告公司行业的出口也形势喜人。2008年，全球金融危机爆发，我国流苏包行业发展也遇到了一些困难，如国内需求下降，出口减少等，广告公司行业普遍出现了经营不景气和利润下降的局面。2009年，随着我国经济刺激计划出台和全球经济走出低谷，我国广告公司行业也逐渐从金融危机的打击中恢复，重新进入良性发展轨道。进入2010年，全球经济复苏的前景面临波折，国内经济结构调整的呼声逐渐升温，贸易保护主义的抬头，广告公司行业中技术含量低的人力密集型企业，缺乏品牌的出口导向型企业面临发展危机，而注重培养品牌和技术创新能力较强的企业将占得先机。广告公司行业企业如何面对新的经济环境和政策环境，制定适合当前形势和自身特点发展策略与竞争策略，是广告公司行业企业在未来两年我国经济结构调整大潮中立于不败之地的关键。本报告也将从宏观和微观环境对我国广告公司行业的发展现状，政策环境、竞争策略，投资前景，市场容量，进出口形势等方面进行全面而权威的分析。

本报告内容严谨、数据翔实，更辅以大量直观的图表帮助广告公司行业企业准确把握行业发展动向、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，以及我中心对广告公司行业的实地调研，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研究分析。它是业内企业、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，具有重要的参考价值！

第一章 2010年全球广告产业运行状况分析

第一节 世界广告业运行概况

一、世界广告业发展历程

二、世界广告媒体发展分析

三、世界广告业的逻辑发展轨迹解析

四、金融危机中对海外广告市场的影响分析

第二节 2010年世界广告业收入数据监测

一、按地域统计

二、按媒体类型统计

三、按照行业统计

第三节 2011-2015年世界广告业发展趋势分析

第二章 2010年中国广告行业运行态势分析

第一节 2010年中国广告业运行总况

- 一、中国广告业规模跃居世界第二
- 二、中国广告市场洗牌在即
- 三、中国广告业的产业组织结构解析

第二节 2010年中国广告市场上的外资发展分析

- 一、国外广告公司加速进军中国
- 二、外资加速在华新媒体广告业布局
- 三、全球广告巨头中国市场竞争动态分析
- 四、中国广告产业外资影响分析

第三节 2010年中国广告市场存在问题分析

- 一、中国广告行业的"多米诺效应"分析
- 二、广告业的市场壁垒效应分析
- 三、新兴媒体侵占传统媒体广告空间

第四节 2010年中国广告市场发展对策分析

- 一、中国广告行业要实行集团化发展
- 二、中国广告教育需要新思维
- 三、广告目标受众问题对策解析
- 四、有效广告投放途径分析

第三章 2010年中国广告市场运行形势分析

第一节 2010年中国广告市场规模分析

- 一、中国广告市场规模
- 二、我国广告公司数量增速放缓
- 三、三大主流媒体广告收入状况

第二节 2010年中国广告行业规模

- 一、不同媒体广告份额
- 二、不同行业广告投放
- 三、区域广告市场

第三节 2010年央视广告招标

一、2002-2009年历年招标金额

二、2010年央视招标行业结构

第四节 2010年广告投放情况分析

一、2009年广告投放分析

二、2009年广告投放媒体排名

三、2009年广告投放品牌排名

第四章 2010年中国本土广告企业运行格局分析

第一节 2010年中国本土广告企业运行概况

一、广告行业呈现"外进国退"现象

二、本土广告公司"小、散、乱"

三、亟待战略转型突破市场重围

四、本土广告公司亟待突破利润瓶颈

第二节 2010年中国广告公司动态分析

一、中国网络广告代理公司竞争格局

二、本土广告公司开辟新业务应对国际竞争

三、4A广告公司发展的经营业态分析

四、本土广告公司发展的方向透析

第三节 2010年中国广告公司面临的问题与对策

一、传统型广告代理公司的生存现状堪忧

二、国内广告公司自身存在的主要问题

三、新媒体给传统广告公司带来强势挑战

四、本土广告公司持续发展的对策

五、塑造本土广告公司核心竞争力的对策

第四节 2010年中国广告企业成功案例解析

一、南京卓越形象品牌传播事业机构

二、大唐灵狮

三、华经视点分析师结论

第五章 2010年中国三大主流广告媒体运行分析

第一节 电视广告

- 一、电视媒体在传统四大媒体中的地位
- 二、网络时代电视媒体的生存态势
- 三、视觉文化环境下电视广告的发展
- 四、中国移动电视广告市场规模分析
- 五、中国电视广告市场将持续增长

第二节 报纸广告

- 一、中国报纸产业发展及其重要推动力分析
- 二、报纸仍然是刊登广告的最佳媒体
- 三、中国报纸广告市场份额分析
- 四、国内报纸广告收入增长减缓亟须创新

第三节 广播广告

- 一、我国广播媒体价值继续攀升
- 二、广播的独特广告价值优势
- 三、我国交通广播广告创收情况
- 四、中国广播广告的经营与发展分析
- 五、广播广告的数据化营销详解

第四节 互联网广告

- 一、我国互联网广告商机逐渐显现
- 二、市场疲软互联网广告下挫分类网站成热点
- 三、快速消费品网上热卖网络广告针对性受推崇
- 四、网络视频广告模式发展势头强劲
- 五、网络游戏广告营销手段升级

第六章 2010年世界五大广告集团运行分析

第一节 国际广告集团发展概况

- 一、世界五大广告集团发展回顾
- 二、国际广告集团加速在华扩张步伐
- 三、国际广告集团的经营模式解析

第二节 OMNICON集团

- 一、OMNICON集团简介
- 二、2010年OMNICON经营状况分析

第三节 WPP集团

- 一、集团简介
- 二、WPP集团的成长战略轨迹分析
- 三、WPP经营状况分析
- 四、WPP与谷歌启动研究新媒体广告消费动向

第四节 INTERPUBLIC GROUP

- 一、INTERPUBLIC简介
- 二、2010年INTERPUBLIC经营状况分析

第五节 阳狮集团

- 一、集团简介
- 二、实力传播公司发展状况
- 三、阳狮集团在美收购PBJs公司扩展营销业务
- 四、阳狮集团进一步扩大在华份额

第六节 日本电通集团

- 一、电通集团简介
- 二、日本电通广告优秀著作进入中国书市
- 三、电通携手日本雅虎抢滩新型广告市场
- 四、电通集团经营状况分析

第七章 2010年中国广告主体优势企业竞争力分析

第一节 分众传媒（中国）控股有限公司

- 一、企业概况
- 二、产品与服务
- 三、楼宇液晶广告
- 四、卖场终端联播网
- 五、公寓电梯联播网（框架）
- 六、商旅人士联播网
- 七、2007-2010年经营发展状况

第二节 中视传媒股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第三节 北京巴士传媒股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第四节 湖南电广传媒股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第五节 广东九州阳光传媒股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第六节 陕西广电网络传媒股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第七节 成都博瑞传播股份有限公司

一、企业概况

- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第八章 2011-2015年中国广告产业发展前景与趋势预测分析

第一节 2011-2015年中国广告行业发展趋势预测

- 一、我国广告市场未来几年发展潜力巨大
- 二、广告业竞争在规模和专业领域呈现两极分化趋势
- 三、广告行业越来越重视资本运作
- 四、数字化技术成为影响广告业发展的重要力量

第二节 2011-2015年中国广告行业发展趋势及预测

- 一、2011-2015年我国报刊广告市场发展预测
- 二、2011-2015年我国网络广告市场发展预测
- 三、2011-2015年我国车载移动电视广告市场预测
- 四、2011-2015年中国广告市场预测

第九章 2011-2015年中国广告产业投资机会与投资风险分析

第一节 2010年中国广告业投资政策环境分析

- 一、发改委提指导意见促广告业发展
- 二、港澳在粤投资广告业不再需要北京审批
- 三、深圳市出台政策大力扶持广告业
- 四、福州出台措施扶持广告业发展

第二节 2011-2015年中国广告业投资机会分析

- 一、金融危机下中国广告市场的投资机遇
- 二、“第五媒体”广告市场孕育巨大商机
- 三、网络游戏市场受青睐
- 四、移动电视媒体广告价值受肯定
- 五、国际广告公司积极开发二线城市

第三节 2011-2015年中国广告业投资风险分析

第四节 专家投资建议

图表目录：（部分）

图表：广告产业链结构图

图表：大型综合性广告公司、媒体依托型广告公司、专项型广告公司经营模式一览表

图表：我国各类型广告公司盈利能力图

图表：2007-2011年全球广告支出额及增长趋势图

图表：2007-2011年全球区域广告支出额一览表

图表：2007-2008年世界前十大广告集团排名

图表：1981-2008年中国广告经营额及变化趋势图

图表：2006年不同媒体广告份额

图表：2007年不同媒体广告份额

图表：2008年不同媒体广告份额

图表：2006年各行业广告投放额

图表：2007年各行业广告投放额

图表：2008年各行业广告投放额

图表：2006年媒体投放地区分布图

图表：2007年媒体投放地区分布图

图表：2008年媒体投放地区分布图

图表：2002-2010年央视广告招标金额增速变化图（万元）

图表：2010年央视招标部分企业中标金额（万元）

图表：2008年电视投放排名

图表：2008年报纸投放排名

图表：2008年杂志投放排名

图表：2008年电台投放排名

图表：2008年户外投放排名

图表：2008年化妆品、浴室用品广告投放品牌

图表：2008年商业及服务性行业广告投放品牌

图表：2008年食品广告投放品牌

图表：2008年饮料广告投放品牌

图表：2008年药品广告投放品牌

图表：2007年度中国广告公司营业额前10名排序：

图表：2007年度中国广告公司营业收入前10名排序：

图表：2007年度中国广告公司（非户外类）营业收入前10名排序：

图表：中视传媒股份有限公司主要经济指标走势图

图表：中视传媒股份有限公司经营收入走势图

图表：中视传媒股份有限公司盈利指标走势图

图表：中视传媒股份有限公司负债情况图

图表：中视传媒股份有限公司负债指标走势图

图表：中视传媒股份有限公司运营能力指标走势图

图表：中视传媒股份有限公司成长能力指标走势图

图表：北京巴士传媒股份有限公司主要经济指标走势图

图表：北京巴士传媒股份有限公司经营收入走势图

图表：北京巴士传媒股份有限公司盈利指标走势图

图表：北京巴士传媒股份有限公司负债情况图

图表：北京巴士传媒股份有限公司负债指标走势图

图表：北京巴士传媒股份有限公司运营能力指标走势图

图表：北京巴士传媒股份有限公司成长能力指标走势图

图表：湖南电广传媒股份有限公司主要经济指标走势图

图表：湖南电广传媒股份有限公司经营收入走势图

图表：湖南电广传媒股份有限公司盈利指标走势图

图表：湖南电广传媒股份有限公司负债情况图

图表：湖南电广传媒股份有限公司负债指标走势图

图表：湖南电广传媒股份有限公司运营能力指标走势图

图表：湖南电广传媒股份有限公司成长能力指标走势图

图表：广东九州阳光传媒股份有限公司主要经济指标走势图

图表：广东九州阳光传媒股份有限公司经营收入走势图

图表：广东九州阳光传媒股份有限公司盈利指标走势图

图表：广东九州阳光传媒股份有限公司负债情况图 艾凯数据研究中心发布的《2011-2015年中国广告公司市场竞争对手态势深度评估与投资战略前景预测报告》，内容严谨、数据翔实，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研究分析。它是业内企业、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。

图表：广东九州阳光传媒股份有限公司负债指标走势图

图表：广东九州阳光传媒股份有限公司运营能力指标走势图

图表：广东九州阳光传媒股份有限公司成长能力指标走势图

图表：陕西广电网络传媒股份有限公司主要经济指标走势图

图表：陕西广电网络传媒股份有限公司经营收入走势图

图表：陕西广电网络传媒股份有限公司盈利指标走势图

图表：陕西广电网络传媒股份有限公司负债情况图

图表：陕西广电网络传媒股份有限公司负债指标走势图

图表：陕西广电网络传媒股份有限公司运营能力指标走势图

图表：陕西广电网络传媒股份有限公司成长能力指标走势图

图表：成都博瑞传播股份有限公司主要经济指标走势图

图表：成都博瑞传播股份有限公司经营收入走势图

图表：成都博瑞传播股份有限公司盈利指标走势图

图表：成都博瑞传播股份有限公司负债情况图

图表：成都博瑞传播股份有限公司负债指标走势图

图表：成都博瑞传播股份有限公司运营能力指标走势图

图表：成都博瑞传播股份有限公司成长能力指标走势图

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/159576.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。