艾凯咨询
ICAN Consulting

2013-2018年中国广告行业市场深度分析与投资前景预测报告

艾凯咨询网
www.icandata.com

一、调研说明

《2013-2018年中国广告行业市场深度分析与投资前景预测报告》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参考的重要依据。

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/237298.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

据WPP集团统计：2012年全球广告行业市场规模达到5062.78亿美元，较2011年增长3.1%。从2011年开始亚太地区超越北美成为全球最大的广告市场，2012年亚太地区广告市场规模为1708.25亿美元，占全球广告市场总量的33.8%；北美广告市场规模为1657.62亿美元，占全球市场总量的32.8%；2012年欧洲广告市场规模为1201.92亿美元，占全球广告市场总量的23.6%。

2012年，我国广告行业营业收入为2678.9亿元，同比增长13.1%，当中电视广告市场规模为992.6亿元，占比为37.1%；互联网广告市场规模为753.1亿元，占比为28.1%；报刊市场规模为437.1亿元，占比为16.3%。

艾凯咨询集团发布的《2013-2018年中国广告行业市场深度分析与投资前景预测报告》共十三章。首先介绍了广告行业的概念以及全球广告行业运行状况，接着分析了中国广告行业发展环境，然后对中国广告行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国广告行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国广告行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计数据，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：

第一章 中国广告行业发展概述
第一节 广告概述
一、广告的概念
二、广告的要素与分类
第二节 广告设计的基本原理
一、广告的设计观念
二、广告设计的前提与基础
三、广告设计的美学特征
四、广告的设计策略
五、广告设计的构成要素
第三节 广告设计的程序

一、广告设计的程序
二、广告设计的目的
三、广告设计的主题与题材
四、广告主题的基本要素及设定展开
第四节 广告设计的创意
一、创意是广告的灵魂
二、广告创意的创造性思维
三、广告创意的基础与前提
四、现代广告创意的策略要点
五、广告创意的过程
六、现代广告创意的策略类型

第二章 2013年全球广告行业运行状况分析
第一节 2013年全球广告行业发展分析
一、全球广告媒体发展历史
二、全球广告行业的逻辑发展轨迹解析
三、全球广告行业发展统计数据分析
第二节 2013年全球主要国家广告行业分析
一、美国
二、日本
三、英国
四、俄罗斯
第三节 2013-2018年全球广告行业发展趋势分析
一、2013年全球广告行业发展趋势
二、全球广告业设计内涵的演变
三、现代广告设计中的后现代反传统思维
四、主流创意规则面临终极挑战
五、21世纪呼唤高素质的广告人才

第三章 2013年全球主要广告集团运营情况分析
第一节 奥姆尼康集团
一、基本情况

二、2013年经营及市场销售分析
三、全球化发展战略
第二节 WPP集团
一、公司基本情况
二、2013年经营及市场销售分析
三、全球化发展战略
第三节 IPG集团
一、公司基本情况
二、2013年经营及市场销售分析
三、全球化发展战略
第四节 阳狮集团
一、公司基本情况
二、2013年经营及市场销售分析
三、全球化发展战略
第五节 日本电通集团
一、公司基本情况
二、2013年经营及市场销售分析
三、全球化发展战略

第四章 2013年中国广告行业运行分析
第一节 2013年中国广告行业环境分析
一、2013年中国宏观经济环境分析
二、2013年中国广告行业法律环境分析
三、2013年中国广告行业社会环境分析
第二节 2013年中国广告行业发展形势及存在问题
一、2011年中国广告行业市场规模
二、2013年中国广告市场发展概述
三、2013年中国广告市场存在问题分析
第三节 2013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、中国广告业要把握市场方向

第五章 2013年电视广告行业市场分析
第一节 2013年中国电视媒体发展状况分析
一、电视媒体在众多媒体中的地位
二、电视媒体的核心竞争力分析
三、电视广告面临的问题分析
第二节 2013年中国电视广告行业格局解析
一、中国电视广告行业发展格局分析
二、央视积极应对挑战，巩固竞争优势
三、省级卫视实力分化，特色定位突围
四、地市级电视台立足本地，寻求突破
第三节 2013年中国电视广告行业发展方向分析
一、加强政府监管
二、提升电视广告核心竞争力

第六章 2013年广播广告行业市场分析
第一节 2013年中国广播广告发展概述
一、新语境下的广播广告
二、广播的独特广告价值优势
三、中国广播广告市场价值期待深挖
第二节 2013年中国广播行业发展现状分析
一、中国广播行业现状分析
二、广播广告行业多元化的格局
三、广播产业化存在的问题
第三节 2013年中国广播广告行业发展方向分析
一、中国广播广告业经营策略
二、中国广播广告业发展方向

第七章 2013年报纸广告行业市场分析
第一节 2013年中国报纸广告发展概述
一、中国近代报纸广告发展简析
二、报纸广告优势分析

三、报纸仍然是刊登广告的最佳媒体
第二节 2013年中国报纸广告发展现状分析
一、2011国内报业广告现状
二、报纸广告存在的问题
第三节 2013年中国报纸广告行业发展方向分析
一、报纸广告的市场化运作策略探析
二、报纸广告发展方向及前景

第八章 2013年期刊杂志广告行业市场分析
第一节 2013年中国期刊杂志发展概述
一、期刊杂志广告经营十大形态
二、期刊杂志广告优势分析
第二节 2013年中国期刊杂志广告发展现状分析
一、我国期刊业发展现状分析
二、我国期刊业的发展趋势
三、我国期刊业存在的主要问题分析
第三节 2013年中国期刊杂志广告行业发展方向分析
一、期刊广告运作策略分析
二、期刊杂志行业发展方向
三、期刊杂志行业广告前景广阔

第九章 2013年其它形式广告行业市场分析
第一节 2013年户外广告市场分析
一、户外广告的投放特点
二、2011年中国户外广告发展状况
三、户外广告行业存在的问题
四、中国户外广告发展方向
第二节 2013年网络广告行业市场分析
一、网络广告发展优势
二、2011年我国网络广告发展状况
三、我国网络广告存在的问题
四、我国网络广告发展方向

第三节 2013年中国手机广告市场综合分析
一、2011年我国手机广告发展状况分析
二、手机广告市场存在问题
三、手机广告发展趋势
四、手机广告发展方向
第四节 2013年中国移动广告业务发展分析
一、移动广告业务特点分析
二、移动广告业务的商业模式
三、移动广告发展现状
四、移动广告业务的发展策略

第十章 中国重点广告公司财务指标分析
第一节 中视传媒股份有限公司
一、企业概况
二、竞争优势分析
三、2013年经营状况分析
四、2013-2018年公司发展战略分析
第二节 广东省广告股份有限公司
一、企业概况
二、竞争优势分析
三、2013年经营状况分析
四、2013-2018年公司发展战略分析
第三节 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、2013年经营状况分析
四、2013-2018年公司发展战略分析
第四节 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、2013年经营状况分析
四、2013-2018年公司发展战略分析

第五节 广东九州阳光传媒股份有限公司
一、企业概况
二、竞争优势分析
三、2013年经营状况分析
四、2013-2018年公司发展战略分析
第六节 陕西广电网络传媒股份有限公司
一、公司简介
一、企业概况
二、竞争优势分析
三、2013年经营状况分析
四、2013-2018年公司发展战略分析
第七节 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、2013年经营状况分析
四、2013-2018年公司发展战略分析
第八节 上海新华传媒股份有限公司
一、企业概况
二、竞争优势分析
三、2013年经营状况分析
四、2013-2018年公司发展战略分析
第九节 北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司
一、企业概况
二、竞争优势分析
三、2013年经营状况分析
四、2013-2018年公司发展战略分析
第十节 北京华谊嘉信整合营销顾问股份有限公司
一、企业概况
二、竞争优势分析
三、2013年经营状况分析
四、2013-2018年公司发展战略分析

第十一章 2013年中国广告业市场竞争格局分析

第一节 2013年中国媒体广告经营分析

一、2013年广告市场发展形势

二、强势媒体与地方媒体的竞争与分工

三、网络媒体与传统媒体的合作与发展

第二节 2013年中国各媒体广告市场竞争及对策分析

一、中国电视广告市场竞争状况透析

二、报纸广告实施整合经营竞争策略

三、提高中国期刊竞争力的思考

四、网络广告上演竞争大战

五、提升广告市场竞争力的策略

第十二章 2013-2018年中国广告行业投资分析

第一节 2013-2018年中国广告业投资风险分析

一、媒体资源

二、资金

三、客户资源

四、专业人员

第二节 2013-2018年中国广告行业投资机会分析

一、视频广告借欧洲杯涨价

二、液晶广告机行业将全面爆发

三、移动广告行业市场巨大

四、移动电视媒体广告价值得到肯定

五、户外广告行业向中小城市发展

第十三章 2013-2018年中国广告行业发展趋势与前景分析

第一节 2013-2018年中国广告业发展方向分析

一、中国广告业中长期发展规划

二、中国广告业发展新动向

三、中国广告业发展趋势

第二节 2013-2018年中国广告业市场前景分析

一、中国广告行业未来发展空间巨大

二、2013-2018年中国广告行业市场规模预测
三、2013-2018年中国广告行业细分市场前景分析

图表目录：部分

图表：2008-2012年全球各区域广告市场份额变动趋势
图表：2012年全球广告市场区域分布
图表：2008-2012年全球广告行业市场规模统计：百万美元
图表：2011-2012年美国广告行业需求分布：百万美元
图表：2011-2012年美国前二十大广告主广告支出：百万美元
图表：2008-2012年日本广告业市场规模及占GDP比重分析：十亿日元
图表：2010-2012年英国广告行业市场规模：亿美元
图表：2012年英国广告行业支出分布
图表：2009-2012年俄罗斯搜索引擎巨头Yandex广告收入：十亿卢布
图表：2011-2012年俄罗斯广告市场规模及细分市场概况：十亿卢布
图表：2013-2017年全球广告行业市场规模测算：百万美元
图表：2008-2012年Omnicom集团营收状况：百万美元
图表：2012年Omnicom集团收入区域分布：百万美元
图表：2012年Omnicom集团市场分布
图表：2011-2012年Omnicom集团收入结构：百万美元
图表：2012年Omnicom集团业务结构（按收入）
图表：2008-2012年WPP集团收入走势图：百万英镑
图表：2012年WPP集团主营业务构成
图表：2011-2012年WPP集团各业务收入变动趋势
图表：2012年WPP集团收入来源区域分布
图表：2011-2012年WPP集团各区域市场收入变动趋势
图表：2012年WPP集团与行业主要竞争对手区域收入对比：十亿美元
图表：WPP集团发展历程
图表：2008-2012年Interpublic Group营收状况：百万美元
图表：2011-2012年Interpublic Group收入部门分布：百万美元
图表：2010-2012年IPG公司收入各区域占比
图表：2011-2012年IPG公司收入区域分布：百万美元
图表：2010-2012年阳狮集团收入统计：百万欧元

图表：2010-2012年阳狮集团净利润统计：百万欧元
图表：2011-2012年阳狮集团业务结构对比
图表：电通集团全球布局
图表：2008-2012年日本电通集团营收状况：（百万日元，千美元）
图表：2011-2012年日本电通集团收入区域分布：百万日元，千美元
图表：电通集团在华布局
图表：电通集团组织架构

详细请访问：https://www.icandata.com/view/237298.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提供专业投资咨询报告、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。