



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2017-2022年中国广告公司市场 需求及投资前景分析报告

# 一、调研说明

《2017-2022年中国广告公司市场需求及投资前景分析报告》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/286602.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

报告目录：

第一部分 广告公司产业环境透 视

第一章 2016年广告公司行业投资环境与政策分析

第一节 广告公司行业企业投资环境分析

一、广告公司行业政治环境

二、广告公司行业经济环境

三、广告公司行业社会环境

四、广告公司行业技术环境

第二节 广告公司行业企业投资SWOT分析

一、广告公司企业投资优势

二、广告公司企业投资劣势

三、广告公司企业投资机会

四、广告公司企业投资威胁

第三节 广告公司行业企业投资准入政策分析

一、广告公司行业企业投资目录

二、广告公司外资企业投资准入政策

三、广告公司行业重点领域投资准入

第二章 "互联网+"背景下广告公司行业的机会与挑战

第一节 "互联网+"的相关概述

一、"互联网+"的提出

二、"互联网+"的内涵

三、"互联网+"的发展

四、"互联网+"的评价

五、"互联网+"的趋势

第二节 "互联网+"广告公司行业的机会与挑战

一、互联网时代行业大环境的变化

二、互联网直击传统行业消费痛点

三、互联网助力企业开拓市场

四、电商成为传统企业突破口

### 第三节 "互联网+"广告公司行业的改造与重构

- 一、互联网重构行业的格局
- 二、互联网改变生产厂商营销模式
- 三、互联网导致行业利益重新分配
- 四、互联网改变行业未来竞争格局

### 第四节 广告公司与互联网融合创新机会孕育

- 一、电商政策变化趋势分析
- 二、电子商务消费环境趋势分析
- 三、互联网技术对行业支撑作用
- 四、电商黄金发展期机遇分析

## 第三章 "一带一路"战略下广告公司行业发展机遇分析

### 第一节 "一带一路"主要内容及战略意义

- 一、"一带一路"的主要内容
- 二、"一带一路"的国际背景
- 三、"一带一路"的国内背景
- 四、"一带一路"的战略意义

### 第二节 "一带一路"广告公司企业走出去战略分析

- 一、"一带一路"战略提振沿线国家需求
- 二、"一带一路"战略促进中国企业成长
- 三、"一带一路"广告公司企业迎来机遇
- 四、"一带一路"广告公司企业走出去措施

### 第三节 "一带一路"广告公司行业投资潜力分析

- 一、"一带一路"广告公司行业投资现状
- 二、"一带一路"广告公司行业投资规划
- 三、"一带一路"广告公司行业投资动向
- 四、"一带一路"广告公司行业投资潜力

## 第四章 2014-2016年中国广告公司行业经营效益分析

### 第一节 2014-2016年广告公司行业发展分析

- 一、2015年广告公司行业发展概述
- 二、2016年广告公司行业发展现状

### 三、2016年广告公司行业发展分析

#### 第二节 2014-2016年广告公司行业规模分析

##### 一、广告公司行业企业规模分析

##### 二、广告公司行业资产增长分析

##### 三、广告公司行业销售收入分析

##### 四、广告公司行业利润总额分析

#### 第三节 2014-2016年广告公司行业经营效益

##### 一、广告公司行业偿债能力分析

##### 二、广告公司行业盈利能力分析

##### 三、广告公司行业的毛利率分析

##### 四、广告公司行业运营能力分析

#### 第四节 2014-2016年广告公司行业成本费用

##### 一、广告公司行业销售成本分析

##### 二、广告公司行业销售费用分析

##### 三、广告公司行业管理费用分析

##### 四、广告公司行业财务费用分析

### 第五章 广告公司企业主要领域投资目标与机会

#### 第一节 广告公司企业投资目标项目评估要素

##### 一、投资成本

##### 二、市场需求

##### 三、技术路线

##### 四、综合效益

##### 五、环境影响

#### 第二节 中国电视广告投资机会评估

##### 一、发展机遇

##### 二、市场需求

##### 三、广告规模

##### 四、技术水平

##### 五、投资案例

##### 六、项目前景

#### 第三节 户外广告投资机会评估

- 一、发展机遇
- 二、市场需求
- 三、发展趋势
- 四、技术水平
- 五、投资前景
- 六、项目前景

#### 第四节 网络广告投资机会评估

- 一、发展机遇
- 二、市场需求
- 三、广告投放
- 四、技术水平
- 五、投资案例
- 六、项目前景

### 第六章 广告公司企业产业链投资机会分析

#### 第一节 广告公司行业产业链分析

- 一、广告公司产业链概述
- 二、广告公司上游行业
- 三、广告公司下游行业

#### 第二节 产业链上游市场投资分析

- 一、市场现状
- 二、需求分析
- 三、产品价格
- 四、前景预测

#### 第三节 产业链下游市场投资潜力

- 一、网络视频
- 二、搜索引擎
- 三、电视

### 第七章 广告公司企业投资目标区域机会分析

#### 第一节 广告公司行业企业投资目标区域

- 一、资源导向

二、区位导向

三、市场导向

四、政策导向

## 第二节 华北地区广告公司项目投资机会分析

一、华北投资优势分析

二、华北产业政策分析

三、华北市场需求规模

四、华北地区投资机会

## 第三节 东北地区广告公司项目投资机会分析

一、东北投资优势分析

二、东北产业政策分析

三、东北市场需求规模

四、东北地区投资机会

## 第四节 华东地区广告公司项目投资机会分析

一、华东投资优势分析

二、华东产业政策分析

三、华东市场需求规模

四、华东地区投资机会

## 第五节 华中地区广告公司项目投资机会分析

一、华中投资优势分析

二、华中产业政策分析

三、华中市场需求规模

四、华中地区投资机会

## 第六节 华南地区广告公司项目投资机会分析

一、华南投资优势分析

二、华南产业政策分析

三、华南市场需求规模

四、华南地区投资机会

## 第七节 西部地区广告公司项目投资机会分析

一、西部投资优势分析

二、西部产业政策分析

三、西部市场需求规模

## 四、西部地区投资机会

## 第八章 广告公司行业重点企业投资竞争力分析

### 第一节 广告公司重点企业经济指标对比分析

#### 一、重点企业资产规模分析

#### 二、重点企业销售收入分析

#### 三、重点企业利润总额分析

#### 四、重点企业盈利能力分析

#### 五、重点企业偿债能力分析

#### 六、重点企业运营能力分析

### 第二节 广告公司重点企业经营竞争力分析

#### 一、北京巴士传媒股份有限公司

#### 二、广东省广告集团股份有限公司

#### 三、北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司

#### 四、思美传媒股份有限公司

#### 五、华视传媒

#### 六、湖南电广传媒有限公司

#### 七、上海新华传媒股份有限公司

#### 八、成都博瑞传播股份有限公司

#### 九、广东广州日报传媒股份有限公司

#### 十、分众传媒

## 第九章 广告公司行业企业投资成本及效益分析

### 第一节 广告公司项目投资成本构成

#### 一、成本构成

#### 二、土地成本

#### 三、人力成本

#### 四、器材成本

#### 五、动力成本

### 第二节 广告公司项目综合效益分析

#### 一、经济效益

#### 二、社会效益



### 三、环境效益

### 第三节 广告公司项目投资经济性分析

## 第十章 中国广告产业前景展望与趋势预测

### 第一节 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 中国广告业投资机会分析

- 一、中国广告市场环境
- 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、国际广告公司积极开发二线城市

### 第三节 中国广告业投资风险预警

- 一、行业风险
- 二、市场风险
- 三、管理风险

## 第十一章 2017-2022年广告公司行业企业投资策略建议

### 第一节 广告公司行业企业投资建议

- 一、投放区域选择建议
- 二、投放技术选择建议
- 三、企业合作建议

### 第二节 企业项目融资和政策融资模式

- 一、项目包装融资
- 二、高新技术融资
- 三、BOT项目融资
- 四、IFC国际融资
- 五、专项资金融资
- 六、产业政策融资

### 第三节 广告公司行业企业招商引资策略建议

- 一、广泛搜集各方资料
- 二、制订各类招商方案
- 三、比较选择招商方案
- 四、招商方案具体实施
- 五、方案的跟踪和反馈

#### 第四节 广告公司项目运营策略分析

- 一、争取政策支持
- 二、深化战略合作
- 三、提高制作水平
- 四、调整资本结构
- 五、资源综合利用

### 第十二章 广告公司企业上市重点问题的处理建议(AK WZY)

#### 第一节 改制问题

- 一、企业改制手续处理建议
- 二、股权纠纷问题处理建议
- 三、企业改制与管理层安排建议

#### 第二节 财务审计问题

- 一、大股东审计问题处理建议
- 二、历史财务审计问题处理建议
- 三、审计报告常见错误分析
- 四、关联交易财务处理问题建议

#### 第三节 法律问题

- 一、重大合同处理
- 二、股权转让确认
- 三、商标产权争议
- 四、对外合作协议
- 五、股东大会决议

#### 第四节 募集资金投向问题

- 一、项目可行性研究报告撰写
- 二、募集资金规模
- 三、募投项目选择

#### 四、新建扩建问题

#### 五、立项申报流程

#### 第五节 社保环评等问题

##### 一、社保问题处理

##### 二、历史环评报告与环保局批文

#### 第六节 制度健全问题

##### 一、管理内控制度完善

##### 二、上市公司配套制度设立

##### 三、人事安排与股权激励

##### 四、财务制度健全

#### 部分图表目录：

图表：2014-2016年国内生产总值（GDP）预测

图表：2016年我国规模以上工业增加值同比增长速度

图表：2016年我国固定资产投资（不含农户）同比增速

图表：我国房地产开发完成额（不含农户）同比增长率

图表：全国房地产开发企业本年到位资金增速

图表：全国商品房销售面积及销售额增速

图表：2016年固定资产投资到位资金同比增速

图表：2016年社会消费品零售总额当期值

图表：2016年中国居民人均收入实际增长速度

图表：2016年人口数及其构成

图表：2016年我国各教育阶段在校学生比

图表：2014-2016年我国城镇化水平

图表：中国、美国、日本广告产业占GDP比重的比较

图表：广告产业增长率与GDP增长率比较图

图表：2014-2016年国内广告公司数量规模

图表：2014-2016年广告公司总资产及增长情况

图表：2014-2016年广告公司销售收入情况

图表：2014-2016年广告公司利润总额情况

图表：2014-2016年广告公司行业偿债能力分析

图表：2014-2016年广告公司行业盈利能力分析

图表：2014-2016年广告公司行业毛利率分析

图表：2014-2016年广告公司行业运营能力分析

图表：2014-2016年广告公司销售成本分析

图表：2014-2016年广告公司行业销售费用分析

图表：2014-2016年广告公司行业管理费用分析

图表：2014-2016年广告公司行业财务费用分析

图表：2016年电视广告投放前五行业变化

图表：2017-2022年中国互联网广告市场规模及预测

图表：2017-2022年中国不同形式网络广告市场份额及预测

图表：2016年热门行业品牌网络广告预估费用排行

图表：2016年热门行业品牌网络广告投放媒体类排行

图表：广告行业产业链图示

图表：2016年中国搜索引擎市场占有率

图表：2016年全球搜索引擎市场占有率

图表：2014-2016年电视广告时长变化

图表：2016年电视各级频道广告收入变化情况

图表：2014-2016年电视各级频道广告刊例收入增幅情况

图表：2014-2016年电视广告刊例TOP5行业变化情况

图表：电视媒体广告花费TOP5行业（分级别）

图表：2016年电视广告花费TOP10品牌增幅情况

图表：2016年各级电视广告花费TOP10品牌增幅情况

图表：2016年我国部分广告公司资产总额对比

图表：北京巴士传媒股份有限公司主营构成

图表：2014-2016年北京巴士传媒股份有限公司成长能力

图表：2014-2016年北京巴士传媒股份有限公司成长能力

图表：2014-2016年北京巴士传媒股份有限公司资产负债

图表：2014-2016年北京巴士传媒股份有限公司利润

图表：2014-2016年北京巴士传媒股份有限公司现金流量

图表：2016年广东省广告集团股份有限公司主营构成

图表：2014-2016年广东省广告集团股份有限公司成长能力

图表：2014-2016年广东省广告集团股份有限公司盈利能力

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/286602.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](http://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。