

# 中国广告行业发展趋势研究与未来投资分析报告 (2024-2031年)

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《中国广告行业发展趋势研究与未来投资分析报告（2024-2031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/202409/727417.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

### 一、社会宏观环境好转，国内广告市场开始复苏

广告，是指为了商业或其他目的而作的付费信息发布。广告业是现代服务业和文化产业的重要组成部分，在塑造品牌、展示形象，推动创新、促进发展，引导消费、拉动内需，传播先进文化、构建和谐社会等方面发挥着积极作用。

随着经济发展，广告主需求增加。近年来，我国GDP稳步逐年增加，2023年我国GDP已达到1260582.1亿元，同比增长5.2%。2019年我国社会消费品零售总额达408017.2亿元，2020年疫情背景下我国社会消费品零售总额下降至391980.6亿元，增速为-3.9%。社会消费品零售总额波动，广告市场也随之受到影响。疫情结束后，社会宏观环境好转，广告主在营销推广方面的投入热情又重新被点燃，广告市场开始复苏。根据数据，2021年同期广告市场花费同比增加11.20%，2023年同期广告市场整体花费同比上涨6.00%。

数据来源：观研天下数据中心整理

数据来源：观研天下数据中心整理

### 二、互联网广告规模快速增长，是广告市场的重要支柱

互联网广告市场规模逐渐增长，增速快于整体广告。2019-2023年，互联网广告市场增长率大致与整体广告市场呈同向变化，值得注意的是，中国互联网广告市场规模的同比增速已经超过中国广告市场规模的同比增速。同时，互联网广告市场规模与整体广告市场规模之间的差距正逐渐减小，2019年两者之间差距3844.2亿元，到2023年差距缩小为2641.4亿元。

数据来源：观研天下数据中心整理

数据来源：观研天下数据中心整理

互联网广告是广告市场的重要支柱。根据数据，2019-2023年互联网广告市场规模占广告市场规模的比重保持在65%以上。

数据来源：观研天下数据中心整理

### 三、楼宇广告稳步发展，为广告行业带来新活力

楼宇广告为广告行业带来新活力。2022年与2023年中唯有电梯LCD与电梯海报连续两年同比变化呈增长状态，为广告行业带来新活力。根据数据，2023年12月电梯LCD广告花费同比增长26.80%，电梯海报花费同比增长10.50%，可见楼宇媒体以其高触达能力，正稳步发展，大力托举广告市场重回疫情前水平。

数据来源：观研天下数据中心整理

#### 四、广告行业呈现梯队化竞争格局，分众传媒处于领先地位

广告行业呈现梯队化竞争格局，分众传媒和广东省广告集团营业收入达百亿水平，具备规模优势，处于行业第一梯队。其中分众传媒近年来净资产收益率与净利润都在同行业企业中处于领先地位。

资料来源：观研天下整理

2019-2023年广告营销行业各企业净资产收益率	净资产收益率(%)	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年H1
分众传媒	13.4%	26.00%	34.26%	15.79%	27.87%	14.90%	
引力传媒	-46.20%	25.54%	-59.41%	-50.96%	28.05%	8.67%	
因赛集团	11.32%	2.56%	9.05%	4.83%	6.13%	2.88%	
智度股份	9.89%	-55.88%	3.53%	-10.92%	8.00%	2.60%	
蓝色光标	9.46%	8.20%	5.68%	-25.85%	1.55%	2.37%	
天龙集团	7.40%	10.63%	9.49%	7.01%	0.88%	2.02%	
华媒控股	1.06%	-22.52%	7.76%	5.56%	5.50%	1.33%	
浙文互联	-51.81%	2.62%	7.76%	2.03%	4.22%	1.23%	
省广集团	2.82%	-19.03%	4.06%	4.51%	3.16%	1.21%	
天下秀	51.52%	13.86%	10.23%	4.87%	2.44%	1.17%	
紫天科技	11.17%	16.23%	15.10%	7.56%	-66.58%	0.98%	
电声股份	17.27%	8.55%	-2.07%	-9.47%	2.19%	0.70%	
电声股份	1.45%	-45.65%	3.03%	-23.19%	9.03%	0.08%	
旗天科技	2.25%	-39.30%	26.72%	4.29%	-49.71%	-1.94%	
龙韵股份	-7.01%	-2.72%	-8.36%	-30.73%	-11.85%	-2.26%	
天地在线	0.00%	14.24%	5.16%	0.30%	-2.56%	-2.26%	
宣亚国际	2.52%	-8.20%	3.34%	16.81%	-26.99%	-3.19%	
遥望科技	6.20%	0.73%	-15.74%	-4.92%	-21.77%	-5.04%	
佳云科技	0.82%	-42.89%	-33.05%	3.38%	-7.12%	-8.09%	
国旅联合	-55.32%	7.65%	15.30%	4.05%	-7.12%	-11.18%	
华扬联众	12.67%	12.09%	11.18%	-33.32%	-54.75%	-11.34%	

数据来源：观研天下数据中心整理

2019-2023年广告营销行业各企业净利润	净利润(亿元)	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年H1
分众传媒	18.55	40.01	61.12	28.39	48.00	24.93	
蓝色光标	7.23	7.43	5.18	-21.77	1.12	1.83	
智度股份	6.07	-29.44	1.28	-3.89	3.80	1.02	
浙文互联	-25.03	1.00	3.05	0.77	1.90	0.62	
省广集团	1.82	-9.01	1.93	2.16	1.52	0.59	
天下秀	2.58	2.93	3.36	1.57	0.81	0.45	
天龙集团	0.78	1.25	1.37	1.11	0.17	0.32	
华媒控股	0.58	-3.71	1.29	1.11	0.96	0.22	
因赛集团	0.53	0.27	0.87	0.55	0.66	0.20	
引力传媒	-2.11	1.02	-2.07	-1.00	0.48	0.18	
紫天科技	2.65	3.10	3.10	1.74	-12.10	0.12	
电声股份	2.19	1.40	-0.34	-1.50	0.31	0.11	
福石控股	0.13	-5.80	2.29	0.26	-0.34	0.04	
思美传媒	0.57	-11.46	0.64	-4.07	-1.32	0.01	
龙韵股份	-0.59	-0.22	-0.62	-1.94	-0.59	-0.08	
宣亚国际	0.07	-0.27	0.08	0.51	-0.80	-0.12	
旗天科技	0.25	-7.68	-3.75	0.48	-4.97	-0.15	
国旅联合	-1.87	0.20	0.21	-0.02	-0.12	-0.17	
佳云科技	0.17	-3.61	-2.15	-0.09	-1.50	-0.32	
华扬联众	1.95	2.04	2.19	-6.62	-7.03	-1.03	

遥望科技 1.65 0.27 -6.95 -2.63 -10.57 -2.19

数据来源：观研天下数据中心整理（zlj）

注：上述信息仅作参考，图表均为样式展示，具体数据、坐标轴与数据标签详见报告正文。个别图表由于行业特性可能会有出入，具体内容请联系客服确认，以报告正文为准。更多图表和内容详见报告正文。

观研报告网发布的《中国广告行业发展趋势研究与未来投资分析报告（2024-2031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。

## 【目录大纲】

### 第一章 2019-2023年中国广告行业发展概述

#### 第一节 广告行业发展情况概述

##### 一、广告行业相关定义

##### 二、广告特点分析

##### 三、广告行业基本情况介绍

##### 四、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、广告行业需求主体分析

#### 第二节 中国广告行业生命周期分析

##### 一、广告行业生命周期理论概述

## 二、广告行业所属的生命周期分析

### 第三节广告行业经济指标分析

#### 一、广告行业的赢利性分析

#### 二、广告行业的经济周期分析

#### 三、广告行业附加值的提升空间分析

## 第二章 2019-2023年全球广告行业市场发展现状分析

### 第一节全球广告行业发展历程回顾

### 第二节全球广告行业市场规模与区域分布情况

### 第三节亚洲广告行业地区市场分析

#### 一、亚洲广告行业市场现状分析

#### 二、亚洲广告行业市场规模与市场需求分析

#### 三、亚洲广告行业市场前景分析

### 第四节北美广告行业地区市场分析

#### 一、北美广告行业市场现状分析

#### 二、北美广告行业市场规模与市场需求分析

#### 三、北美广告行业市场前景分析

### 第五节欧洲广告行业地区市场分析

#### 一、欧洲广告行业市场现状分析

#### 二、欧洲广告行业市场规模与市场需求分析

#### 三、欧洲广告行业市场前景分析

### 第六节 2024-2031年世界广告行业分布走势预测

### 第七节 2024-2031年全球广告行业市场规模预测

## 第三章 中国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广告行业的影响分析

### 第三节中国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

### 第四节政策环境对广告行业的影响分析

### 第五节中国广告行业产业社会环境分析

## 第四章 中国广告行业运行情况

## 第一节中国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

## 第二节中国广告行业市场规模分析

### 一、影响中国广告行业市场规模的因素

### 二、中国广告行业市场规模

### 三、中国广告行业市场规模解析

## 第三节中国广告行业供应情况分析

### 一、中国广告行业供应规模

### 二、中国广告行业供应特点

## 第四节中国广告行业需求情况分析

### 一、中国广告行业需求规模

### 二、中国广告行业需求特点

## 第五节中国广告行业供需平衡分析

## 第五章 中国广告行业产业链和细分市场分析

### 第一节中国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、广告行业产业链图解

### 第二节中国广告行业产业链环节分析

#### 一、上游产业发展现状

#### 二、上游产业对广告行业的影响分析

#### 三、下游产业发展现状

#### 四、下游产业对广告行业的影响分析

### 第三节我国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年中国广告行业市场竞争分析

### 第一节中国广告行业竞争现状分析

#### 一、中国广告行业竞争格局分析

#### 二、中国广告行业主要品牌分析

### 第二节中国广告行业集中度分析

## 一、中国广告行业市场集中度影响因素分析

### 二、中国广告行业市场集中度分析

#### 第三节中国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年中国广告行业模型分析

### 第一节中国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、中国广告行业SWOT分析结论

### 第三节中国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年中国广告行业需求特点与动态分析

### 第一节中国广告行业市场动态情况

#### 第二节中国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

第三节广告行业成本结构分析

第四节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

第五节中国广告行业价格现状分析

第六节中国广告行业平均价格走势预测

一、中国广告行业平均价格趋势分析

二、中国广告行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国广告行业所属行业运行数据监测

第一节中国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年中国广告行业区域市场现状分析

第一节中国广告行业区域市场规模分析

一、影响广告行业区域市场分布的因素

二、中国广告行业区域市场分布

第二节中国华东地区广告行业市场分析

一、华东地区概述

## 二、华东地区经济环境分析

### 三、华东地区广告行业市场分析

- (1) 华东地区广告行业市场规模
- (2) 华东地区广告行业市场现状
- (3) 华东地区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、华中地区广告行业市场分析

- (1) 华中地区广告行业市场规模
- (2) 华中地区广告行业市场现状
- (3) 华中地区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、华南地区广告行业市场分析

- (1) 华南地区广告行业市场规模
- (2) 华南地区广告行业市场现状
- (3) 华南地区广告行业市场规模预测

## 第五节华北地区广告行业市场分析

### 一、华北地区概述

#### 二、华北地区经济环境分析

#### 三、华北地区广告行业市场分析

- (1) 华北地区广告行业市场规模
- (2) 华北地区广告行业市场现状
- (3) 华北地区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、东北地区广告行业市场分析

- (1) 东北地区广告行业市场规模
- (2) 东北地区广告行业市场现状
- (3) 东北地区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、西南地区广告行业市场分析

- (1) 西南地区广告行业市场规模
- (2) 西南地区广告行业市场现状
- (3) 西南地区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、西北地区广告行业市场分析

- (1) 西北地区广告行业市场规模
- (2) 西北地区广告行业市场现状
- (3) 西北地区广告行业市场规模预测

## 第十一章 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 2024-2031年中国广告行业发展前景分析与预测

### 第一节 中国广告行业未来发展前景分析

#### 一、广告行业国内投资环境分析

#### 二、中国广告行业市场机会分析

#### 三、中国广告行业投资增速预测

### 第二节 中国广告行业未来发展趋势预测

### 第三节 中国广告行业规模发展预测

#### 一、中国广告行业市场规模预测

#### 二、中国广告行业市场规模增速预测

#### 三、中国广告行业产值规模预测

#### 四、中国广告行业产值增速预测

#### 五、中国广告行业供需情况预测

### 第四节 中国广告行业盈利走势预测

## 第十三章 2024-2031年中国广告行业进入壁垒与投资风险分析

### 第一节 中国广告行业进入壁垒分析

#### 一、广告行业资金壁垒分析

#### 二、广告行业技术壁垒分析

#### 三、广告行业人才壁垒分析

#### 四、广告行业品牌壁垒分析

#### 五、广告行业其他壁垒分析

### 第二节 广告行业风险分析

#### 一、广告行业宏观环境风险

#### 二、广告行业技术风险

#### 三、广告行业竞争风险

#### 四、广告行业其他风险

### 第三节 中国广告行业存在的问题

### 第四节 中国广告行业解决问题的策略分析

## 第十四章 2024-2031年中国广告行业研究结论及投资建议

### 第一节 观研天下中国广告行业研究综述

#### 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

第三节广告行业营销策略分析

一、广告行业产品策略

二、广告行业定价策略

三、广告行业渠道策略

四、广告行业促销策略

第四节观研天下分析师投资建议

图表详见报告正文 . . . . .

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202409/727417.html>