




2017 年
中国广告市场
报告

中国广告协会 编著



2017年
中国广告市场
报告

中国广告协会 编著

 中国工商出版社

责任编辑/权燕子

封面设计/纺印图文

图书在版编目 (CIP) 数据

2017 年中国广告市场报告 / 中国广告协会编著 . — 北京 : 中国工商出版社 ,
2018.8

ISBN 978-7-5209-0024-9

I . ① 2… II . ① 中… III . ① 广告业—研究报告—中国—2017 IV . ① F713.8
中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2018) 第 146841 号

书名/2017年中国广告市场报告

编著/中国广告协会

出版·发行/中国工商出版社

经销/新华书店

印刷/北京柏力行彩印有限公司

开本/787毫米×1092毫米 1/16 印张/22.5 字数/300千字

版本/2018年8月第1版 2018年8月第1次印刷

社址/北京市丰台区丰台东路58号人才大厦7层 (100071)

电话/(010) 63730074 传真/(010) 83619386

电子邮箱/fx63730074@163.com 微信号/zggschs

出版声明/版权所有,侵权必究

书号: ISBN 978-7-5209-0024-9

定价: 88.00元

(如有缺页或倒装,本社负责退换)

编委会

主 编 陈 岩

编辑指导委员会

主 任：张国华

副主任：杨洪丰 王英偶 赵 华 王 恪

专家委员会（以姓氏拼音为序）

陈 刚 胡 斌 金定海

刘双舟 余贤君 肖明超

殷国俊 曾 芳 赵 践



前言

为了全面展示中国广告市场的整体运行情况，继 2015、2016 年连续两年推出《中国广告市场报告》之后，再次由中国广告协会主持，中国广告协会副会长、中国广告协会学术委员会副主任陈岩女士担任主编，编写了《2017 年中国广告市场报告》。

该报告征询了学术界专家、政府有关部门专家、广告界代表的意见，采纳了各界读者朋友的一些建议，相对去年的图书——《2016 年中国广告市场报告》，更为完善且有较大改进。

本报告结构与 2016 年基本保持一致，分为上、中、下三篇：上篇首先对 2017 年中国广告业的运行环境进行了分析，阐述了 2017 年广告业运行环境及经营现状，内容包括宏观经济走势、消费市场状况、中国广告业的发展现状以及中国广告政策法规、行政监管与自律情况。其次是对中国广告业的产业链条进行分析，对广告公司的经营现状进行了盘点，并对消费者的媒介接触行为进行介绍，包括电视收看行为、户外媒体接触习惯、报纸杂志阅读习惯及广播收听行为等。

中篇是对 2017 年主要媒体投放趋势进行分地区、行业、品牌和级别的定性与定量分析研究，这是报告的主体部分，其内容涵盖了电视、报纸、杂志、电台、传统户外、楼宇电梯媒体、影视视频、交通视频、网络广告等，较为翔实地分析了中国广告业主要媒体投放特点。同时从广告主

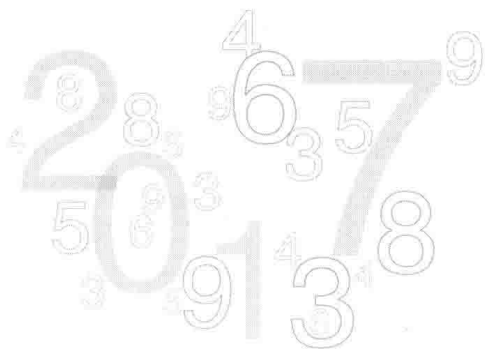
的营销态度和广告主在各级市场的投放两个角度出发，进一步对广告市场进行分析。

下篇对中国广告行业发展的竞争环境、消费市场变化、广告代言市场现状、传统媒体广告、互联网媒体广告及其他数字媒体广告发展趋势等进行了探讨和研判。

本报告的特点主要有以下四个方面：一是数据翔实客观，包含来自国家统计局、国家市场监督管理总局（原国家工商行政管理总局，本书叙述的是2017年中国广告市场发展变化，2017年尚未更名，因此以下全书称“国家工商行政管理总局”）及国内最权威市场研究公司等多方数据；二是汇集了各界专家的行业经验，今年的书稿中更是有传媒界的专家亲自操刀，预测行业发展趋势；三是主编及项目参与人员均来自一线市场，具有多年的广告从业经验；四是每年都会针对上一年的热点和趋势增加新的内容。希望本报告可以帮助我国媒体经营企业（媒体经营单位）、广告公司及广告主等各方在市场竞争中洞察先机，帮助广告市场各方战略投资者选择恰当的投资时机，并为企业领导层制定战略规划提供较为准确的市场信息决策依据。

由于时间和能力的限制，本书在编撰过程中难免有不足之处，我们希望能够继续听到来自读者的声音，您的意见和建议是促使我们更好服务于行业健康发展的动力。

中国广告协会
2018年7月



数据介绍

数据来源：

本报告中涉及的数据及文献包括以下来源：国家统计局、国家工商行政管理总局、中国广告协会、央视市场研究股份有限公司（CTR）、艾瑞市场咨询有限公司（iResearch）、北京益普索市场咨询有限公司（Ipsos）、北京华通明略信息咨询有限公司（Millward Brown）、广州尼尔森市场研究有限公司（Nielsen）、艺恩咨询（EntGroup）、精硕科技股份有限公司（AdMaster）、喜马拉雅FM等。

数据说明：

本报告中所涉及的央视市场研究股份有限公司的各媒体，其分地区、行业、品牌和级别广告投放收入、各级市场广告花费等均指广告刊例收入，并非媒体或企业实际的广告营收和投放。

本报告中涉及的中国网络广告、移动网络广告、分媒体形式、分广告形式等与互联网相关的市场规模及预测数据是采用艾瑞市场咨询有限公司提供的公开报告的数据。艾瑞市场咨询有限

公司提供的相关数据报告是来自企业公开财报、行业访谈及艾瑞统计预测模型估算。中国不同类型互联网广告主市场份额、展示类广告行业广告主市场份额、不同行业广告主投放媒体选择等互联网广告数据来自艾瑞，是基于对中国 200 多家主流网络媒体品牌图形广告投放的日监测数据统计（不含文字链及部分定向类广告），费用为预估值。

本报告中涉及的一线城市是指北京、上海、广州、深圳 4 个城市；二线城市是指省会城市加上 8 个经济发达的城市，包括：宁波、青岛、大连、厦门、佛山、无锡、温州、苏州；低线城市是指除一线、二线以外的其他城市。

致 谢

历时3个月，经过数次专家研讨会及修改，本书再次和读者见面了。本书的出版，依然要感谢很多人。

感谢刘双舟、肖明超、余贤君、陈刚、金定海、赵践、胡斌、殷国俊、曾芳九位专家给予本书的专业指导。

感谢央视市场研究股份有限公司、艾瑞市场咨询有限公司、北京益普索市场咨询有限公司、北京华通明略信息咨询有限公司、广州尼尔森市场研究有限公司、艺恩咨询、分众传媒给予的数据支持。感谢央视市场研究股份有限公司的徐立军、赵梅、黄磊、李宴、沈睿、李聪、王俊天，艾瑞市场咨询有限公司的邹蕾、吕荣慧，艺恩咨询的高文韬团队，AdMaster的陈传洽、王玉梅、励逸秋在本书编撰过程中的专业支持。

感谢在本书编撰和出版过程中，给予帮助的所有人。



目录 CONTENTS

上篇

2017 年中国广告业总论

1

第一部分 运行环境分析 / 3

第一章 宏观经济走势 / 3

第二章 中国消费市场状况 / 7

第三章 中国广告政策法规、行政监管 / 10

第四章 中国广告协会改革和发展的主要工作 / 35

第二部分 2017 年中国广告业现状 / 43

第一章 广告行业发展特点 / 43

第二章 2017 年广告业发展和市场监管环境主要数据 / 56

第三章 中国消费者媒体接触习惯洞察 / 58

第一部分 2017年中国主要媒体广告投放趋势 / 85

第一章 2017年中国广告投放总体趋势 / 85

第二章 电视广告投放趋势 / 90

第三章 报纸广告投放趋势 / 106

第四章 杂志广告投放趋势 / 119

第五章 广播广告投放趋势 / 131

第六章 传统户外广告投放趋势 / 147

第七章 商务楼宇视频广告投放趋势 / 152

第八章 影院视频广告投放趋势 / 156

第九章 交通类视频广告投放趋势 / 161

第十章 网络广告投放趋势 / 164

第二部分 2018年中国广告主营销趋势 / 185

第一章 广告主营销态度 / 185

第二章 各级市场的广告营销变化 / 192

第三章 社会化营销趋势 / 244

- 第一章 媒体格局变化 / 259
- 第二章 消费市场变化 / 268
- 第三章 中国广告代言现状及趋势 / 281
- 第四章 传统媒体广告的发展趋势 / 289
- 第五章 互联网媒体广告的发展趋势 / 303
- 第六章 中国广告业的整体发展趋势 / 307

图目录 / 319

表目录 / 328



上篇

2017 年中国 广告业总论



第一部分 运行环境分析

习近平总书记在党的十九大报告中提出“贯彻新发展理念，建设现代化经济体系”，强调着力构建市场机制有效、微观主体有活力、宏观调控有度的经济体制，不断增强我国经济的创新力和竞争力。广告业作为我国现代服务业和文化产业的重要组成部分，在服务推进我国经济转型升级、引导扩大消费、促进经济发展、繁荣社会文化中将继续发挥积极作用。

第一章 宏观经济走势

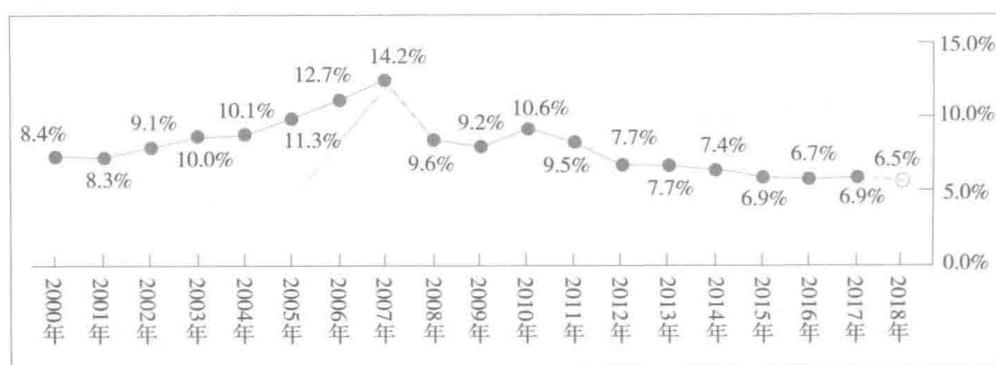
2017年我国经济社会发展主要目标任务全面完成并好于预期。过去五年来，中央和地方各级政府坚持稳中求进工作总基调，着力创新和完善宏观调控，经济运行始终保持在合理区间、实现稳中向好；坚持以供给侧结构性改革为主线，着力培育壮大新动能，经济结构加快优化升

级；加快新旧发展动能接续转换；坚持创新引领发展，着力激发社会创造力，整体创新能力和效率显著提高；坚持实施区域协调发展和新型城镇化战略，着力推动平衡发展，新的增长极、增长带加快成长。

一、经济实力跃上新台阶，经济结构实现重大变革，日益走近世界经济舞台中央

2017 年全年国内生产总值 82.7 万亿元，比上年增长 6.9%；其中消费贡献率达到 58.8%，服务业贡献率则上升到 51.6%；中国经济占世界经济比重提高到 15% 左右，对世界经济增长贡献率超过 30%。

在过去的五年间，中国经济社会发展取得了历史性成就、发生了根本性变革：国内生产总值从 54 万亿元增加到 82.7 万亿元，五年年均增长 7.1%；居民消费价格年均上涨 1.9%；城镇新增就业 6600 万人以上，2017 年新增就业 1351 万人，失业率为多年来最低；2017 年居民收入增长 7.3%，增速比上年有所加快。



数据来源：国家统计局

图 1 2000—2017 年中国 GDP 年度增幅及 2018 年 GDP 增幅预期目标

二、扎实推进“三去一降一补”，加快新旧发展动能接续转换

2017年，习近平总书记在十九大工作报告中明确指出，建设现代化经济体系，必须把发展经济的着力点放在实体经济上，坚持去产能、去库存、去杠杆、降成本、补短板，优化存量资源配置，扩大优质增量供给，实现供需动态平衡。

2013—2017年，退出钢铁产能1.7亿吨以上、煤炭产能8亿吨；热点城市房价涨势得到控制；工业企业资产负债率连续下降，宏观杠杆率涨幅明显收窄、总体趋于稳定。同时加强水利、高铁、航空、公路等基础设施网络建设。

深入开展“互联网+”行动，实施“中国制造2025”。推动互联网、大数据、人工智能和实体经济深度融合，加快建设制造强国，加快发展先进制造业。全年规模以上工业战略性新兴产业增加值比上年增长11.0%；高技术制造业增加值增长13.4%，占规模以上工业增加值的比重为12.7%；装备制造业增加值增长11.3%，占规模以上工业增加值的比重为32.7%；全年新能源汽车产量69万辆，比上年增长51.2%；智能电视产量9666万台，增长3.8%；工业机器人产量13万台（套），增长81.0%；民用无人机产量290万架，增长67.0%。

三、实施乡村振兴战略、区域协调发展和新型城镇化战略

坚持农业农村优先发展，实施乡村振兴战略，深化农村集体产权制度改革，保障农民财产权益，壮大集体经济；积极推进京津冀协同发展