



2018

第四季度广告快讯

(总第25期)



北巴传媒公司广告业务部  
2018年12月31日

# CONTENTS

01

The First Part  
环境聚焦

2018年经济大环境

02

The Second Part  
数据概览

2018年广告行业数据分析

03

The Third Part  
时事关注

2018年第四季度广告行业时事动态

04

The Fourth Part  
违规广告

2018年第四季度广告行业违规广告

05

The Fifth Part  
政策法规

2018年第四季度广告行业相关政策

06

The Sixth Part  
最新活动

2018年第四季度最新广告活动



PART 1



PART 2



PART 3



PART 4



PART 5



PART 6

# 环境聚焦



PART 1

# 环境聚焦



PART 2



PART 3



PART 4



PART 5



PART 6

根据国家统计局初步核算，2018年全年国内生产总值900309亿元，按可比价格计算，比上年增长6.6%，实现了6.5%左右的预期发展目标。**分季度看**，一季度同比增长6.8%，二季度增长6.7%，三季度增长6.5%，**四季度增长6.4%**。**分产业看**，第一产业增加值64734亿元，比上年增长3.5%；第二产业增加值366001亿元，增长5.8%；第三产业增加值469575亿元，增长7.6%。

2018年4季度和全年 GDP初步核算数据

	绝对额（亿元）		比上年同期增长（%）	
	4季度	1-4季度	4季度	1-4季度
GDP	253599	900309	6.4	6.6
第一产业	24934	64734	3.5	3.5
第二产业	104178	366001	5.8	5.8
第三产业	124486	469575	7.4	7.6
农林牧渔业	25921	67538	3.7	3.6
工业	83967	305160	5.7	6.1
#制造业	73083	264820	5.7	6.2
建筑业	20498	61808	6.1	4.5
批发和零售业	23420	84201	5.5	6.2
交通运输、仓储和邮政业	10834	40550	8.7	8.1
住宿和餐饮业	4500	16023	5.8	6.5
金融业	17108	69100	6.3	4.4
房地产业	16207	59846	2.0	3.8
信息传输、软件和信息技术服务业	8588	32431	29.1	30.7
租赁和商务服务业	6772	24427	7.3	8.9
其他服务业	35783	139224	6.4	6.3

注：1.绝对额按现价计算，增长速度按不变价计算；

2.三次产业分类依据国家统计局2012年制定的《三次产业划分规定》；

3.行业分类采用《国民经济行业分类（GB/T 4754—2011）》；

4.本表GDP总量数据中，有的不等于各产业（行业）之和，是由于数值修约误差所致，未作机械调整。



PART 1

# 环境聚焦



PART 2



PART 3



PART 4



PART 5



PART 6

GDP同比增长速度

单位：%

年份	1季度	2季度	3季度	4季度
2013	7.9	7.6	7.9	7.7
2014	7.4	7.5	7.1	7.2
2015	7.0	7.0	6.9	6.8
2016	6.7	6.7	6.7	6.8
2017	6.8	6.8	6.7	6.7
2018	6.8	6.7	6.5	6.4

注：同比增长速度为与上年同期对比的增长速度。

表3 GDP环比增长速度

单位：%

年份	1季度	2季度	3季度	4季度
2013	1.9	1.8	2.1	1.6
2014	1.8	1.8	1.8	1.7
2015	1.8	1.8	1.7	1.5
2016	1.4	1.9	1.7	1.6
2017	1.5	1.8	1.7	1.6
2018	1.5	1.7	1.6	1.5

注：环比增长速度为经季节调整后与上一季度对比的增长速度。

2018年国内生产总值比上年增长6.6%，实现了6.5%左右的预期增长目标，在2018年国民经济运行情况记者问答会上，宁吉喆局长表示这个增速在世界前五大经济体中居首位，中国经济增长对世界经济增长的贡献率接近30%，持续成为世界经济增长最大的贡献者。

总的来看，2018年国民经济继续运行在合理区间，实现了总体平稳、稳中有进。同时也要看到，经济运行稳中有变、变中有忧，外部环境复杂严峻，经济面临下行压力，前进中的问题必须有针对性地解决。



PART 1



PART 2



PART 3



PART 4



PART 5



PART 6

# 数据概况



PART 1

# 数据概览



PART 2



PART 3



PART 4



PART 5



PART 6

## 总体

- 2018年中国整体广告市场增长2.9%
- 其中，传统广告市场下降1.5%

## 媒体

- 传统户外广告刊例收入减少14.2%，广告面积减少19.1%
- 交通类视频广告刊例收入减少11.5%
- 互联网广告刊例收入增加7.3%



PART 1

# 数据概览



PART 2

## 2018年广告市场总结

2018年是中国广告市场调整与发展的一年，年初的高涨幅在年末回归稳定，最终呈现出 整年微涨2.9%的趋势。

传统媒体广告花费同比下滑1.5%，广播成为传统媒体广告上扬的主要拉动力，同比上涨 5.9%，电视和传统户外媒体的广告花费下滑影响了传统媒体的整体走势。

互联网媒体在今年的增长稳定，为7.3%。



PART 3

### 2018年中国广告市场增长2.9%

2016-2018年全媒体广告刊例花费同比增幅



PART 4



PART 5



PART 6



PART 1

# 数据概览

## 2018年广告市场总结



PART 2



PART 3



PART 4



PART 5



PART 6

### 2018年传统广告刊例花费同比下降**1.5%**

2016-2018年传统广告刊例花费同比增幅





PART 1

# 数据概览

## 2018年广告市场总结



PART 2



PART 3



PART 4



PART 5



PART 6

### 2018年各媒介广告刊例花费变化

2017-2018年各媒介广告刊例花费变化





PART 1

# 数据概览



PART 2

## 2018年广告市场总结

2018年全媒体广告花费的前五行业由邮电通讯、饮料、药品、食品、商业及服务性行业组成，其中饮料行业的广告花费同比上涨3.8%，食品行业的广告花费同比上涨1.1%。

分行业看，邮电通讯行业的主要投放品类集中在网络服务（网站）、手机以及通讯运营商三类，广播媒体、传统户外媒体以及生活圈媒体是邮电通讯行业的主要投放渠道。其在传统户外广告花费同比上涨6.1%。



PART 3

### 2018年全媒体广告花费TOP5行业

2018年全媒体广告刊例花费TOP5行业的增幅



PART 4



PART 5



PART 6



# 数据概览

PART 1

## 2018年广告市场总结



PART 2



PART 3



PART 4



PART 5



PART 6

### 2018年全媒介花费TOP20厂商

2018年  
广告刊例花费Top20厂商  
占全媒体市场比重：  
**19.1%**

排名	厂商	同比增幅
1	可口可乐公司	3.2%
2	广州医药集团有限公司	-4.3%
3	宝洁(中国)有限公司	-47.9%
4	欧莱雅集团	19.3%
5	内蒙古鸿茅国药股份有限公司	-51.0%
6	康朝药业有限公司	73.6%
7	广西百琪药业有限公司	68.6%
8	联合利华(中国)有限公司	-9.0%
9	甘肃西峰制药有限责任公司	-0.6%
10	内蒙古伊利实业集团股份有限公司	10.2%
11	百胜中国投资有限公司	14.8%
12	天地和家装集团	33.7%
13	玛氏中国爱芬食品(北京)有限公司	18.5%
14	内蒙古蒙牛乳业(集团)股份有限公司	17.1%
15	雅诗兰黛集团	69.5%
16	葛兰素史克(中国)有限公司	10.7%
17	惠氏公司	-4.1%
18	北京京东叁佰陆拾度电子商务有限公司	-11.4%
19	达利食品集团有限公司	-26.3%
20	旺旺集团	10.8%



PART 1

# 数据概览



PART 2

## 2018年广告市场总结



PART 3

今年全媒体广告投放的TOP20品牌榜单出现了电商品牌，京东商城、天猫两个品牌在各季度榜单上交替出现，京东商城的投放重点在电视和电梯电视媒体，天猫投放重点在传统户外和生活圈媒体。



PART 4

作为O2O汽车后服务市场的代表，瓜子二手车在今年加大了广告投放力度，其在全媒体广告花费同比上涨26.0%。



PART 5

作为汽车新零售和新金融的创新样本弹个车在今年的广告投放也值得关注，其在全媒体广告花费同比上涨118.8%，生活圈媒体是其主要投放渠道，其在全媒体广告花费同比上涨118.8%，生活圈媒体是其主要投放渠道，其在全媒体广告花费同比上涨118.8%，生活圈媒体是其主要投放渠道，其在全媒体广告花费同比上涨118.8%。



PART 6

## 2018年全媒介花费TOP20品牌

排名	品牌	同比增幅
1	鸿茅	-51.1%
2	同溢堂	73.5%
3	葛洪	68.6%
4	兰蔻	77.7%
5	养无极	26.5%
6	伊利	10.2%
7	陈李济	-23.6%
8	天地和	40.6%
9	肯德基	11.9%
10	蒙牛	14.8%
11	雅诗兰黛	70.8%
12	旺旺	5.2%
13	惠氏	1.8%
14	雪碧	9.4%
15	可口可乐	2.0%
16	王老吉	65.9%
17	天猫	-20.4%
18	曹清华	-25.3%
19	汤臣倍健	21.2%
20	瓜子二手车直卖	26.0%

2018年  
广告刊例花费Top20品牌  
占全媒介市场比重：  
**14.3%**



PART 1

# 数据概览

## 传统户外广告



PART 2



PART 3



PART 4



PART 5



PART 6

### 2018年传统户外广告的花费和面积

2017-2018年传统户外广告刊例收入变化



2017-2018年传统户外广告面积变化





PART 1

# 数据概览

## 传统户外广告



PART 2



PART 3



PART 4



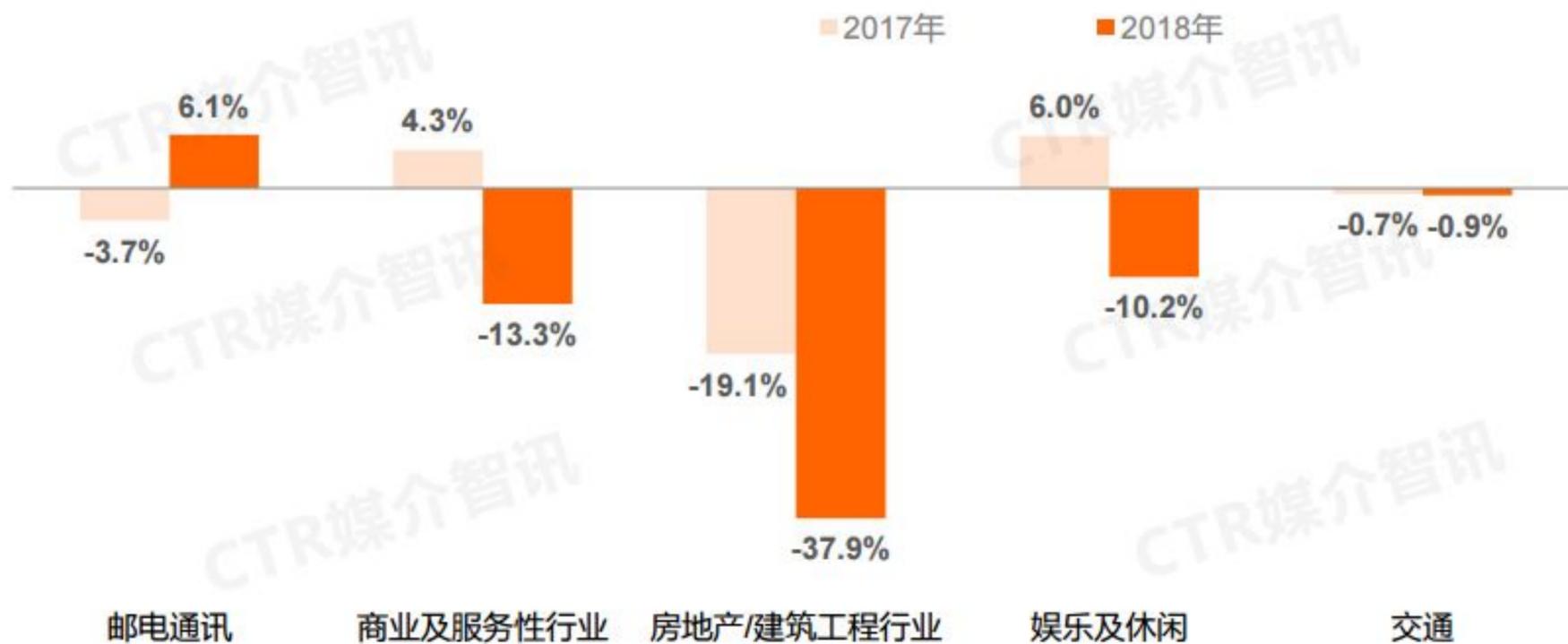
PART 5



PART 6

### 2018年传统户外广告花费TOP5行业

2018年传统户外广告刊例花费TOP5行业增幅





# 数据概览

PART 1

## 传统户外广告



PART 2



PART 3



PART 4



PART 5



PART 6

### 2018年传统户外主要行业花费前五品类的增幅

邮电通讯		商业及服务性行业		娱乐及休闲		交通	
品类	2018年增幅	品类	2018年增幅	品类	2018年增幅	品类	2018年增幅
网络服务	3.9%	医疗/保健机构	-1.6%	娱乐休闲服务	0.1%	交通-其它	-0.8%
通讯产品	11.5%	零售服务	-22.4%	旅游/区域形象	-18.8%	交通工具	-14.9%
全网服务	66.5%	教育/培训	-7.0%	体育用品及服务	-41.9%	交通-企业形象	103.7%
通讯类系列产品	-22.2%	美容美发美体服务	16.2%	娱乐及休闲-企业形象	12.3%	交通运输服务	4.3%
数据多媒体服务	-51.7%	商业及服务性行业-其它	5.2%	教学用品及服务	11.9%	机动车相关服务	-2.4%



PART 1

# 数据概览

## 传统户外广告



PART 2



PART 3



PART 4



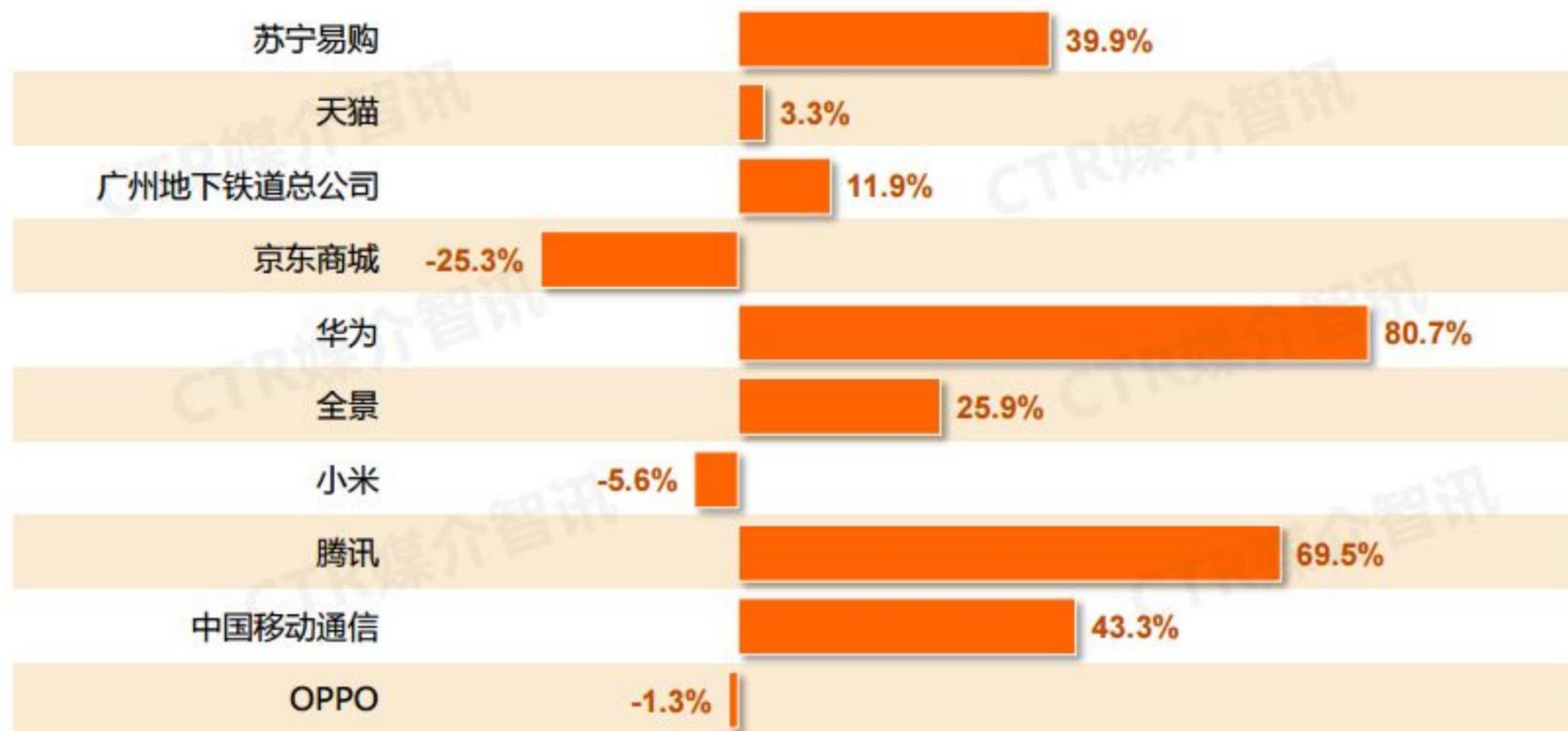
PART 5



PART 6

## 2018年传统户外广告花费TOP10品牌

2018年传统户外广告花费TOP10品牌增幅





PART 1

# 数据概览

## 交通类广告



PART 2



PART 3



PART 4



PART 5



PART 6

## 2018年交通类视频广告花费

2017-2018年交通类视频广告刊例收入变化





PART 1

# 数据概览

## 交通类广告



PART 2



PART 3



PART 4



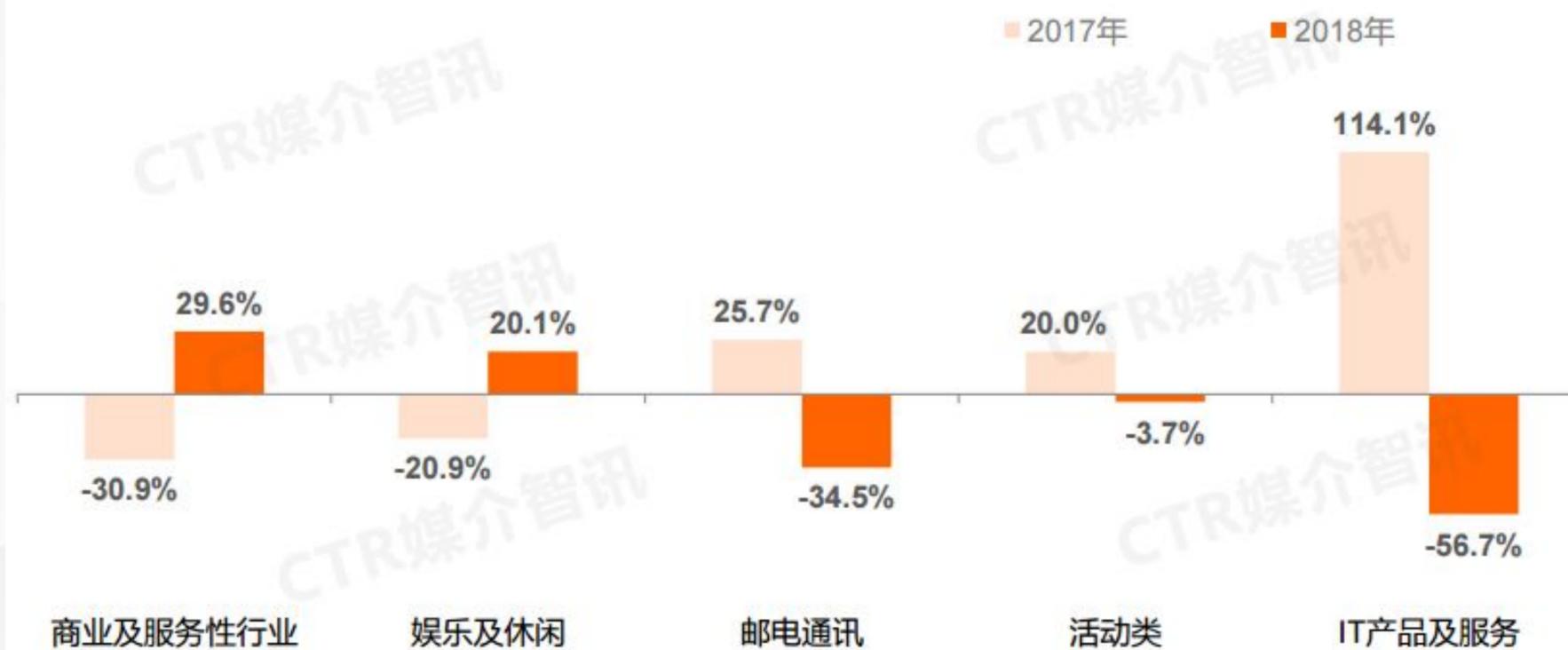
PART 5



PART 6

### 2018年交通类视频广告花费TOP5行业

2018年交通类视频广告刊例花费TOP5行业增幅





PART 1

# 数据概览

## 交通类广告



PART 2



PART 3



PART 4



PART 5



PART 6

### 2018年交通类视频主要行业花费前五品类的增幅

商业及服务性行业		娱乐及休闲		邮电通讯		IT产品及服务	
品类	2018年增幅	品类	2018年增幅	品类	2018年增幅	品类	2018年增幅
美容美发美体服务	18.3%	旅游/区域形象	23.8%	网络服务	-38.6%	移动客户端应用软件及服务	-63.8%
商业及服务性行业-其它	195.5%	娱乐休闲服务	12.3%	数据多媒体服务	37.0%	IT产品及服务-企业形象	616.0%
零售服务	10.9%	娱乐及休闲-企业形象	8.8%	通讯产品	24.8%	电脑软件与顾问服务	-93.7%
教育/培训	70.2%	娱乐及休闲-其它	103.5%	全网服务	61.3%	数码产品	656.4%
医疗/保健机构	-25.1%	教学用品及服务	>1000%	电信运营商企业形象	-69.9%	电脑	-98.5%



PART 1

# 数据概览

## 交通类广告



PART 2



PART 3



PART 4



PART 5



PART 6

### 2018年交通类视频广告花费TOP10品牌

2018年交通类视频广告花费TOP10品牌增幅





PART 1

# 数据概览

## 互联网广告



PART 2



PART 3



PART 4



PART 5



PART 6

## 2018年互联网广告花费

2017-2018年互联网广告刊例收入变化





PART 1

# 数据概览

## 互联网广告



PART 2



PART 3



PART 4



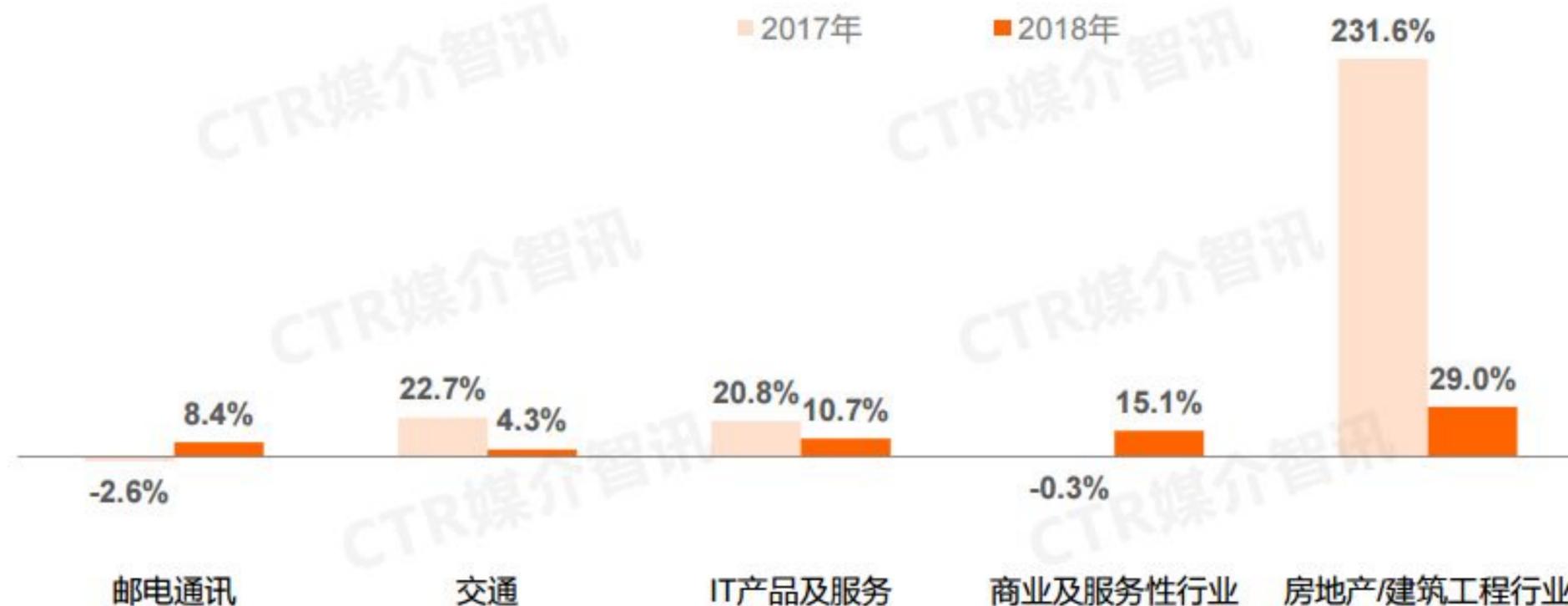
PART 5



PART 6

### 2018年互联网广告花费TOP5行业

2018年互联网广告刊例花费TOP5行业增幅



备注：

- 1.以上数据均来自CTR媒介智讯；
- 2.广告花费\面积等绝对量数据均以当年1月监测范围为基准，增幅均以前一年1月监测范围为基准；
- 3.媒体范围：传统户外、交通类视频（移动公交视频、地铁视频）、互联网；
- 4.传统户外、交通类视频（移动公交视频、地铁视频）、互联网的广告费不含以下免费项目：杂类、传媒业、市场研究及咨询服务；
- 5.广告费以媒体公开报价为统计标准，不含折扣。



PART 1



PART 2



PART 3



PART 4



PART 5



PART 6

# 时事关注



PART 1

# 时事关注



PART 2



PART 3



PART 4



PART 5



PART 6

## [北巴传媒] iBUS爱巴士, 开启车身媒体新视野

2018-11-22 00:00:00 来源: 上市公司官网



“iBUS爱巴士”一个新媒体时代下应运而生的新型车身媒体展现方式，不再单纯聚焦于商业化产品的推广及宣传，提倡新媒体下的创意化表现，以公众感受为关注重点，结合美学理论，将车身变成可移动的画板、信件、贺卡、礼物，用有情感、有温度、有态度的方式打造人与人、企业与企业、品牌与品牌之间的联系交流。

北京巴士传媒股份有限公司广告分公司与白马公司联合推出“iBUS爱巴士”产品推广活动，以巩固现有业态，开拓创新经营模式为主线，把握市场规律，积极探索公交车身媒体新形式。

本次产品推广，抓住了行业发展态势，将媒体靠资源拉动整体增长的经营方式逐步转向价值型增长，通过与消费者的积极互动，逐渐渗透市场环境，大大提升了媒体的传播价值。同时，也践行了北巴传媒“引领公众美丽出行”的责任与担当，为提升“北京软实力”做出贡献。





PART 1

# 时事关注



PART 2

## 户外广告B2B平台：找广网完成由北京布局、启迪之星投资的500万天使轮融资

2018-11-30 13:11

找广网



PART 3

户外广告位B2B搜索预定平台：找广网今日宣布完成由北京布局投资领投，启迪之星跟投的500万天使轮融资，资金主要用于市场推广、行业卖家系统软件升级和团队建设。



PART 4

找广网是中国第一个提出“物联网广告”名词的组织，致力于打通户外广告行业全产业链，为中国拥有户外广告位的卖方提供第三方在线赋能服务，让买方可以享受一站式户外广告解决方案，从而让户外广告位的买卖更高效。



PART 5



PART 6



PART 1



PART 2



PART 3



PART 4



PART 5



PART 6

# 违规广告



PART 1

# 违规广告



PART 2

据国家企业信用信息公示系统显示，北京字节跳动科技有限公司旗下“今日头条”软件在未取得医疗广告审查证明的情况下发布医疗广告，违反了《广告法》第四十六条规定。国家企业信用信息公示系统另显示，在2018年11月19日，对今日头条违法发布同仁堂保健食品广告以及非处方药非法广告，共计罚款300万元。

具体行政处罚内容：1、对当事人发布“同仁堂葛根山药胶囊”保健食品违法广告的行为，罚款1000000元；2、对当事人发布“同仁堂安欣胶囊”保健食品违法广告的行为，罚款1000000元；3、对当事人发布“芪冬养血胶囊”非处方药违法广告的行为，罚款1000000元。



PART 3

## 今日头条因发布违法医疗广告，被罚超300万元

2018年11月29日 18:24:00

### 行政处罚当事人信息

· 名称:

· 统一社会信用代码/注册号:

· 法定代表人(负责人)姓名:

### 行政处罚信息

· 行政处罚决定书文号: 京工商海处字〔2018〕第2189号

· 作出行政处罚机关名称: 北京市工商行政管理局海淀分局

· 作出行政处罚决定日期: 2018年11月19日

· 违法行为类型:

· 行政处罚内容: 1、对当事人发布“同仁堂葛根山药胶囊”保健食品违法广告的行为，罚款1000000元；2、对当事人发布“同仁堂安欣胶囊”保健食品违法广告的行为，罚款1000000元；3、对当事人发布“芪冬养血胶囊”非处方药违法广告的行为，罚款1000000元。

### 行政处罚决定书

## 行政处罚决定书

京工商海处字〔2018〕第2189号

当事人: 北京字节跳动科技有限公司

住 所: 北京市海淀区知春路甲48号2号楼10A 室

法定代表人: 张利东

统一社会信用代码: 911101085923662400

经查: 自2018年01月起, 当事人通过自主研发并运营的“今日头条”手机端应用程序为广告客户发布“同仁堂葛根山药胶囊”、“同



PART 5



PART 6



PART 1

# 违规广告



PART 2



PART 3



PART 4



PART 5



PART 6

## “遥遥领先”宣传语失实 瓜子二手车被罚款1250万

环球网  
百家号 | 11-30 14:14

据国家企业信用信息公示系统显示，北京市工商行政管理局海淀分局于日前发布，对金瓜子科技发展（北京）有限公司（下文简称瓜子二手车）行政处罚决定书，罚款共计1250万元。

行政处罚决定书显示，2016年9月7日至12月28日期间，金瓜子根据与乐视网信息技术（北京）股份有限公司签订的《乐视网广告交易平台网络广告发布协议》，花费1250万元发布了一条15秒钟的视频广告，其中广告词为：“创办一年，成交量就已遥遥领先”。

### 行政处罚当事人信息

- 名称:
- 法定代表人(负责人)姓名:

· 统一社会信用代码/注册号:

### 行政处罚信息

- 行政处罚决定书文号: 京工商海处字〔2018〕第2170号
- 作出行政处罚决定日期: 2018年11月15日
- 违法行为类型:
- 行政处罚内容: 罚款12500000元。

· 作出行政处罚机关名称: 北京市工商行政管理局海淀分局

### 行政处罚决定书

北京市工商行政管理局海淀分局

行政处罚决定书

京工商海处字（2018）第2170号

当事人：金瓜子科技发展（北京）有限公司

住所：北京市海淀区清河安宁庄东路18号23号楼二层2356

注册号：110000450304322



PART 1



PART 2



PART 3



PART 4



PART 5



PART 6

# 政策法规



PART 1

# 政策法规



PART 2

## 施行在即！看《电子商务法》如何为广告监督保驾护航



PART 3

备受关注的《电子商务法》将于2019年1月1日施行。该法有3个条款直接提到广告，但这部法律的施行对于**电商广告**的影响，不局限于这3个条款。

《电子商务法》第十八条第二款规定：“电子商务经营者向消费者发送广告的，应当遵守《中华人民共和国广告法》的有关规定。”第四十条规定：“电子商务平台经营者应当根据商品或者服务的价格、销量、信用等以多种方式向消费者显示商品或者服务的搜索结果；对于竞价排名的商品或者服务，应当显著标明‘广告’。”第八十一条第二款规定：“电子商务平台经营者违反本法第四十条规定，对竞价排名的商品或者服务未显著标明‘广告’的，依照《中华人民共和国广告法》的规定处罚。”以上3个条款是《电子商务法》直接提到广告的条款。



PART 4



PART 5



PART 6



PART 1



PART 2



PART 3



PART 4



PART 5



PART 6

# 政策法规



国家市场监督管理总局

State Administration for Market Regulation

国务院食品安全委员会 国务院反垄断委员会

国家认证认可监督管理委员会 国家标准化管理委员会

请输入要查询的内容



首页

机构

新闻

政务

服务

互动

你的位置：首页 > 新闻 > 要闻 > 文件发布

## 市场监管总局办公厅关于做好药品、医疗器械、保健食品、特殊医学用途配方食品广告审查工作的通知

发布时间：2018-12-07 14:38 信息来源：市场监管总局

各省、自治区、直辖市市场监督管理部门：

根据《国家市场监督管理总局职能配置、内设机构和人员编制规定》，市场监管总局承担组织指导药品、医疗器械、保健食品、特殊医学用途配方食品（以下简称“三品一械”）广告审查工作职责。为进一步做好“三品一械”广告审查工作，现将有关要求通知如下：

- 一、高度重视“三品一械”广告审查工作
- 二、依法开展“三品一械”广告审查工作
- 三、从严审查“三品一械”广告
- 四、规范“三品一械”广告审查工作
- 五、优化“三品一械”广告审查服务
- 六、加大“三品一械”广告监管执法力度



PART 1

# 政策法规



PART 2



PART 3



PART 4



PART 5



PART 6

国务院食品安全委员会 国务院反垄断委员会  
国家认证认可监督管理委员会 国家标准化管理委员会

国家市场监督管理总局  
State Administration for Market Regulation

请输入要查询的内容

首页 机构 新闻 政务 服务 互动

你的位置：首页 > 新闻 > 要闻 > 文件发布

## 市场监管总局关于印发《假冒伪劣重点领域治理工作方案（2019-2021）》的通知

发布时间：2019-01-09 09:46 信息来源：市场监管总局

各省、自治区、直辖市及新疆生产建设兵团市场监管局（厅、委）：  
现将《假冒伪劣重点领域治理工作方案（2019-2021）》印发给你们，请结合实际抓好贯彻落实。

市场监管总局  
2019年1月3日

方案中“二、集中开展农村市场专项治理，助力乡村振兴战略实施”第四项明确了，严厉查处虚假违法广告，强化广告导向监管，加大医疗、药品、食品、保健食品、金融投资等领域广告监管力度。

（四）严厉查处虚假违法广告。强化广告导向监管，加大医疗、药品、食品、保健食品、金融投资等领域广告监管力度。突出重点传统媒体、重要互联网媒介广告抽查监测，配合专项整治工作开展专项监测，围绕重大活动、重要节日开展重点监测，发现线索，快速处置。加大重点虚假违法广告案件督办力度，定期曝光典型案例，发挥震慑作用。依托整治虚假违法广告部际联席会议强化协同监管，健全部门间监管执法联动机制和信息反馈处理机制。制定出台药品、医疗器械、保健食品、特殊医学用途配方食品广告的审查标准和程序。



PART 1



PART 2



PART 3



PART 4



PART 5



PART 6

06  
最新活动



PART 1

## 最新活动



### 凤凰都市传媒2018凤凰数字户外营销分享会

11月14日，凤凰都市传媒NEW<sup>3</sup> 2018凤凰数字户外营销分享会在深圳成功举办。本次凤凰都市传媒营销分享会因应数字化媒体营销趋势，围绕“新场景”、“新价值”、“新品效”展开讨论，用更多全球、专业、跨界的视角，迎接未来数字化营销的机遇与挑战，探讨行业的发展与走向。



### 2018大中华区艾菲奖获奖名单官方首发

2018大中华区艾菲奖颁奖盛典于11月16日晚在上海举行。所有金、银、铜奖，全场大奖，及实效排名TOP3在现场众多嘉宾的期待中一一揭晓。来自海内外各地的营销从业者齐聚一堂，见证荣誉，共赴此一年一度的「实效」之约。本次盛典不仅为大中华区艾菲奖的15周年画上了圆满句号，同时也为2019开启了新的篇章。



PART 2



PART 3



PART 4



PART 5



PART 6



PART 1

## 最新活动



### “创意之夜”完美收官2018重庆国际创意周落下帷幕

11月18日，创意周大型晚会“重庆创意之夜”在华熙LIVE举行，在回顾重庆创意精彩绝伦的同时，也有延续创意周的后续计划的全新发布。来自国内外的创意大咖共聚山城大话创意；城市创意指数已占据西部西部领先地位，并直线攀升；新锐优秀力量正不断崛起，创意，已经逐步开始成为书写和改变这座城的能量。



### 2018 ECI Festival 国际数字商业创新节：探索商业创新下一个风口

11月29日，第三届 ECI Festival 国际数字商业创新节（以下简称 ECI 创新节）在北京中关村软件园顺利举行，本届创新节以“NEXT”为活动主题，通过探究科技、营销、创投发展趋势，洞察商业市场潜能，将年度十大行业创新力榜单与高峰论坛相结合，表彰年度创新人物，深度呈现创新对于生活、商业、未来的重要意义与创新应用成果，共同探索下一个创新风口。



PART 2



PART 3



PART 4



PART 5



PART 6



PART 1

## 最新活动



### 激活数字时代的生产力 第四届GIMC创业节开幕

12月12日，第四届GIMC创业节在广州盛大开幕。省广集团正式启动集团组织架构变革，打造“大平台、强中台、小前端”运营模式，驱动省广快速实现新一轮转型升级。本届创业节以“新整合 新创业”为主题，强调在技术与专业的双轮驱动下，重塑省广在数字时代的光荣与梦想！



### 数字技术与广告产业发展2018年全国广告学术研讨会

12月15日，2018年全国广告学术研讨会在北京圆满举行。来自国内知名高校、广告公司、媒体平台等领域，从事广告教学、广告研究、广告实务等工作的百余位精英人士济济一堂，研讨数字时代的品牌与创意、技术与伦理，交流中国广告产业发展的经验以及智能化广告的前沿问题。



PART 2



PART 3



PART 4



PART 5



PART 6



PART 1

## 最新活动



### 2018小米OTT资源推介会北京专场顺利召开

12月18日，2018小米营销OTT资源推介会北京场举行。本次大会不仅介绍了OTT市场的行业动态，更深度探讨了，在客厅、电视、用户三者之间的关系如何演变，以及小米OTT如何面对今天的商业化格局。



PART 2



PART 3



PART 4



PART 5



PART 6



**THANK YOU  
FOR WATCHING**

---