

# 2015-2020年中国高铁广告行业未来发展及投资战略咨询报告

报告大纲

## 一、报告简介

智研咨询发布的《2015-2020年中国高铁广告行业未来发展及投资战略咨询报告》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：<https://www.chyxx.com/research/201506/323169.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.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、报告目录及图表目录

前言：

据WPP集团统计：2014年全球广告行业市场规模达到5126.89亿美元，较2013年增长1.27%。

2009-2014年全球广告行业市场规模统计：百万美元

地区	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年	北美	172033	155797	155362	159769	165762	181,719	拉美	18766	24307	28425	29134	30855	29,876	欧洲	124244	123885	128176	126406	120192	115,714	亚太	116603	126818	146957	159804	170825	167,604	非洲、中东及其他	12968	13802	15815	15728	18644	17,776	总计	444614	444609	474735	490841	506278	512,689
----	-------	-------	-------	-------	-------	-------	----	--------	--------	--------	--------	--------	---------	----	-------	-------	-------	-------	-------	--------	----	--------	--------	--------	--------	--------	---------	----	--------	--------	--------	--------	--------	---------	----------	-------	-------	-------	-------	-------	--------	----	--------	--------	--------	--------	--------	---------

资料来源：智研数据中心整理

高速铁路具有快捷、便利等诸多优点，从欧洲高铁、日本新干线的经验看，其客站周边将成为户外广告的集聚区，是未来主流客户广告发布的重点。

四通八达的高铁运输网，以亿计算的庞大客运量，广泛的覆盖区域和受众群，如此得天独厚的传播优势，使高铁广告成为一个充满巨大潜力的广告市场。当前我国市场经济飞速发展，高铁广告市场化趋势日益突显，另一方面我国高铁事业飞速发展，迎来了高铁时代。

高铁广告是一个日新月异的行业,新的高铁广告媒体不断出现，广告创意更新，科技含量更高，制作更精美，传播效果更显著。随着高铁提速后竞争力的增强，高铁广告发展的新趋势是：资源整合，媒体细分，革新理念，提升创意。当然在已经取得一些初步成果、繁荣发展的同时，整合为高铁广告创造了规模优势，提供了新的发展契机。

高铁广告由于受自身的影响范围限制，多集中分布，具有很强的区域性特质，传播效果很大程度上依赖于所处位置的客流量大小。高铁广告基本上集中分布于以下几个区域：（1）主站房，包括进站大厅、候车大厅、售票大厅、站台、出站通道以及出站大厅等；（2）列车内部。

高铁广告媒体发展至今，媒体形式多种多样，从大的形式上有站房平面广告媒体、视频广告媒体、列车广告媒体及展台四种媒体形式。站房平面广告媒体，分为平面灯箱、图腾灯箱、圆柱灯箱、落地灯箱、斜面灯箱、三面翻、看板、吊旗、刷屏机、玻璃贴膜等媒体形式；视频广告媒体，分为全彩LED大屏和视频媒体形式；列车广告媒体，分为展牌、头枕片、小桌牌、杂志等媒体形式。总的来说，高铁广告媒体形式多样丰富，但创新力度、技术含量都还有待于进一步提高。

2013年中国高铁传媒市场总收入为18亿元，较2012年翻了一番，而2014年预计收入还将增至25亿元。这一收益较原铁道部2011年对整个铁路传媒市场预估的10亿元收益高出一倍多。

正是因为市场化的收益如此明显，中国铁路总公司逐渐放手让各地方铁路局进行传媒广告

运营模式的尝试。而作为试水第一家，孙长松透露，广铁集团正在进行三年来第二次转型，拓展铁路广告互联网化。而作为转型的基础，广铁在其传媒公司的组织架构上亦同步进行扁平化改变。

2013年9亿做到2014年28亿

当你乘坐高铁时，有没有注意到身边的广告越来越多？走近火车站，从火车站广场就开始接受广告的注目礼。候车时，不仅能看到车站内的广告牌，站场巨大的LED屏除了播送列车信息，也会不时推送不同的广告。上了火车，无论是座椅靠枕还是桌面，抑或是杂志或列车视频里，还能看到不同的广告。即使将目光转向窗外，高铁沿线不时还会闪过巨大的户外广告牌，再次提醒你广告的存在。

2011-2014中国高铁行业销售收入

资料来源：智研数据中心整理

2014年中国高速铁路供给结构

资料来源：智研数据中心整理

截至目前为止，中国高铁共有1300多组列车，线路资源达230条。国内线路包括京沪高铁、合蚌高铁、汉宜高铁、成渝高铁、沪杭线、沪宁线、广深线以及厦深线；上海铁路局、广铁集团、成都铁路局所所辖全部高铁媒体资源；同时揽获京广、京哈、沪汉蓉、郑武、沿海线路资源，全面覆盖环渤海、长三角、珠三角以及成渝四大经济圈，实现高铁列车媒体全网布局。

按照铁道部的计划，高铁市场是其收入金蛋，仅广告媒体市场将贡献高达十亿的收入。高铁综合运营层面的考量开始浮出水面，因此，在新实施的公开招投标游戏规则下，高铁广告市场开始了新一轮的征战。

铁路部门对媒体运作仍有诸多限制，并未完全放权，只有真正放权才能吸引更多国际传媒集团竞逐这一市场，届时高铁的媒体价值料会达新高。

本高铁广告行业研究报告共十五章是智研数据中心咨询公司的研究成果，通过文字、图表向您详尽描述您所处的行业形势，为您提供详尽的内容。智研咨询在其多年的行业研究经验基础上建立起了完善的产业研究体系，一整套的产业研究方法一直在业内处于领先地位。高铁广告行业研究报告是2014-2015年度，目前国内最全面、研究最为深入、数据资源最为强大的研究报告产品，为您的投资带来极大的参考价值。

本研究咨询报告由智研咨询公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、知识产权局、智研数据中心提供的最新行业运行数据为基础，验证于与我们建立联系的全国科研机构、行业协会组织的权威统计资料。

报告揭示了高铁广告行业市场潜在需求与市场机会，报告对中国高铁广告做了重点企业经营状况分析，并分析了中国高铁广告行业发展前景预测。为战略投资者选择恰当的投资时机

和公司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

报告目录：

## 第一章 全球高铁广告行业发展分析 1

### 第一节 国际广告行业发展状况 1

- 一、2013-2014年全球广告经营状况 1
- 二、2013-2014年世界广告业排名状况分析 2
- 三、2014年世界广告业发展状况 3

### 第二节 世界高铁广告行业市场情况 4

- 一、2013-2014年世界高铁广告产业发展现状 4
- 二、2014年国际高铁广告产业发展态势 6
- 三、2014年国际高铁广告市场需求分析 7
- 四、2014年全球高铁广告行业挑战与机会 7

### 第三节 部分国家地区高铁广告行业发展状况 9

- 一、美国 9
- 二、欧洲 9
- 三、日本 10
- 四、韩国 11

## 第二章 我国高铁广告行业发展现状 12

### 第一节 中国高铁广告行业发展概述 12

- 一、中国高铁广告发展历程 12
- 二、中国高铁广告的产品类别 13
- 三、中国的高铁广告产业的整合分析 14
- 四、跨行业合作形势下高铁广告的优势 15

### 第二节 我国高铁广告行业发展状况 15

- 一、2013-2014年中国高铁广告行业发展回顾 15
- 二、2013-2014年高铁广告行业发展情况分析 16
- 三、2013-2014年我国高铁广告市场特点分析 19
- 四、2014年我国高铁广告市场发展分析 20

### 第三节 中国高铁广告行业供需分析 21

- 一、市场供给总量分析 21
- 二、市场供给结构分析 22
- 三、市场需求总量分析 22
- 四、市场需求结构分析 23
- 五、市场供需平衡分析 23

### 第三章 中国高铁广告受众及投放分析 24

#### 第一节 高铁广告的投放原因及特点 24

- 一、投放高铁广告的原因 24
- 二、高铁广告在广告媒体中的地位 24
- 三、高铁广告接受度情况分析 25
- 四、制约高铁广告发展的瓶颈 25

#### 第二节 高铁广告受众分析 26

- 一、受众接触高铁广告的黄金时间 26
- 二、受众最感兴趣的广告形式 26
- 三、受众最感兴趣的广告内容 27

#### 第三节 影响高铁广告投放的要素分析 28

- 一、影响高铁广告投放宏观因素分析 28
- 二、创意是吸引受众的最重要的要素 30
- 三、媒体组合能提高高铁广告可信度 31
- 四、消费热点决定记忆程度 31

### 第四章 高铁广告主要形式发展分析 32

#### 第一节 高铁站电视屏 32

- 一、高铁站电视屏的介绍 32
- 二、高铁站电视屏广告的优势 32
- 三、高铁站电视屏广告的关注度 33
- 四、2013-2014年高铁站电视屏广告发展分析 33

#### 第二节 高铁车厢相框媒体 34

- 一、高铁车厢相框媒体的介绍 34
- 二、高铁车厢相框媒体广告的优势 34
- 三、高铁车厢相框媒体广告的关注度 34
- 四、2013-2014年高铁车厢相框媒体发展分析 34

#### 第三节 高铁站展示位置 35

- 一、高铁站展示位置的介绍 35
- 二、高铁站展示位置广告的优势 35
- 三、高铁站展示位置广告的关注度 35
- 四、2013-2014年高铁站展示位置发展分析 35

#### 第四节 高铁读物 36

- 一、高铁读物的介绍 36
- 二、高铁读物广告的优势 36
- 三、高铁读物广告的关注度 37

#### 四、2013-2014年高铁读物广告发展分析 43

##### 第五节 灯箱广告发展分析 43

###### 一、灯箱广告的介绍 43

###### 二、灯箱广告的优势 43

###### 三、灯箱广告的关注度 44

##### 四、2013-2014年灯箱广告发展分析 44

#### 第五章 中国高铁广告行业区域市场分析 46

##### 第一节 华北地区高铁广告行业分析 46

###### 一、发展现状分析 46

###### 二、市场规模情况分析 48

###### 三、市场需求情况分析 49

###### 四、发展前景预测 50

###### 五、投资风险预测 50

##### 第二节 东北地区高铁广告行业分析 51

###### 一、发展现状分析 51

###### 二、市场规模情况分析 53

###### 三、市场需求情况分析 54

###### 四、发展前景预测 55

###### 五、投资风险预测 55

##### 第三节 华东地区高铁广告行业分析 55

###### 一、发展现状分析 55

###### 二、市场规模情况分析 58

###### 三、市场需求情况分析 59

###### 四、发展前景预测 60

###### 五、投资风险预测 60

##### 第四节 华南地区高铁广告行业分析 60

###### 一、发展现状分析 60

###### 二、市场规模情况分析 63

###### 三、市场需求情况分析 64

###### 四、发展前景预测 64

###### 五、投资风险预测 65

##### 第五节 华中地区高铁广告行业分析 65

###### 一、发展现状分析 65

###### 二、市场规模情况分析 68

###### 三、市场需求情况分析 68

四、发展前景预测	69
五、投资风险预测	69
第六节 西南地区高铁广告行业分析	70
一、发展现状分析	70
二、市场规模情况分析	72
三、市场需求情况分析	73
四、发展前景预测	74
五、投资风险预测	74
第七节 西北地区高铁广告行业分析	74
一、发展现状分析	74
二、市场规模情况分析	77
三、市场需求情况分析	77
四、发展前景预测	78
五、投资风险预测	78
第六章 高铁广告行业投资与发展前景分析	79
第一节 2014年高铁广告行业投资情况分析	79
一、2014年总体投资结构	79
二、2014年投资规模情况	79
三、2014年投资增速情况	80
四、2014年分行业投资分析	80
五、2014年分地区投资分析	80
第二节 高铁广告行业投资机会分析	81
一、高铁广告投资项目分析	81
二、可以投资的高铁广告模式	82
三、2014年高铁广告投资机会	82
四、2014年高铁广告细分行业投资机会	83
五、2014年高铁广告投资新方向	83
第三节 高铁广告行业发展前景分析	84
一、高铁广告市场发展前景分析	84
二、我国高铁广告市场蕴藏的商机	84
三、媒体竞合下高铁广告市场的发展前景	85
四、2015-2020年高铁广告市场面临的发展商机	85
第七章 高铁广告行业竞争格局分析	86
第一节 高铁广告行业集中度分析	86
一、高铁广告市场集中度分析	86



二、	高铁广告企业集中度分析	86
三、	高铁广告区域集中度分析	87
第二节	高铁广告行业主要企业竞争力分析	88
一、	重点企业资产总计对比分析	88
二、	重点企业从业人员对比分析	88
三、	重点企业全年营业收入对比分析	88
四、	重点企业利润总额对比分析	89
五、	重点企业综合竞争力对比分析	89
第三节	高铁广告行业竞争格局分析	90
一、	2013-2014年高铁广告行业竞争分析	90
二、	2013-2014年中外高铁广告产品竞争分析	90
三、	2013-2014年国内外高铁广告竞争分析	90
四、	2013-2014年我国高铁广告市场竞争分析	90
五、	2013-2014年我国高铁广告市场集中度分析	91
六、	2015-2020年国内主要高铁广告企业动向	91
第八章	2015-2020年中国高铁广告行业发展形势分析	93
第一节	高铁广告行业发展概况	93
一、	高铁广告行业发展特点分析	93
二、	高铁广告行业投资现状分析	94
三、	高铁广告行业总产值分析	95
四、	高铁广告行业技术发展分析	95
第二节	2013-2014年高铁广告行业市场情况分析	95
一、	高铁广告行业市场发展分析	95
二、	高铁广告市场存在的问题	100
三、	高铁广告市场规模分析	104
第三节	2013-2014年高铁广告供需状况分析	105
一、	高铁广告供给分析	105
二、	高铁广告需求分析	107
三、	高铁广告市场供需状况分析	108
第九章	中国高铁广告行业整体运行指标分析	110
第一节	2014年中国高铁广告行业总体规模分析	110
一、	企业数量结构分析	110
二、	行业生产规模分析	110
第二节	2014年中国高铁广告行业产销分析	110
一、	行业生产情况总体分析	110

## 二、行业销售收入总体分析 111

### 第三节 2014年年中国高铁广告行业财务指标总体分析 111

#### 一、行业盈利能力分析 111

#### 二、行业偿债能力分析 111

#### 三、行业营运能力分析 112

#### 四、行业发展能力分析 112

## 第十章 高铁广告行业赢利水平分析 113

### 第一节 成本分析 113

#### 一、2013-2014年高铁广告成本价格走势 113

#### 二、2013-2014年高铁广告行业人工成本分析 113

### 第二节 盈利水平分析 113

#### 一、2013-2014年高铁广告行业价格走势 113

#### 二、2013-2014年高铁广告行业营业收入情况 114

#### 三、2013-2014年高铁广告行业毛利率情况 114

#### 四、2013-2014年高铁广告行业赢利能力 115

#### 五、2013-2014年高铁广告行业赢利水平 115

#### 六、2015-2020年高铁广告行业赢利预测 115

## 第十一章 高铁广告行业盈利能力分析 117

### 第一节 2014年中国高铁广告行业利润总额分析 117

#### 一、利润总额分析 117

#### 二、不同规模企业利润总额比较分析 117

#### 三、不同所有制企业利润总额比较分析 118

### 第二节 2014年中国高铁广告行业销售利润率 119

#### 一、销售利润率分析 119

#### 二、不同规模企业销售利润率比较分析 119

#### 三、不同所有制企业销售利润率比较分析 120

### 第三节 2014年中国高铁广告行业总资产利润率分析 121

#### 一、资产收益率分析 121

#### 二、不同规模企业资产收益率比较分析 121

#### 三、不同所有制企业资产收益率比较分析 122

### 第四节 2014年中国高铁广告行业产值利税率分析 123

#### 一、产值利税率分析 123

#### 二、不同规模企业产值利税率比较分析 123

#### 三、不同所有制企业产值利税率比较分析 124

## 第十二章 高铁广告重点企业发展分析 127

## 第一节 分众传媒控股有限公司 127

一、企业概况 127

二、竞争优势分析 129

三、经营状况 136

四、发展战略 141

## 第二节 华视传媒集团有限公司 142

一、企业概况 142

二、竞争优势分析 145

三、经营状况 145

四、发展战略 150

## 第三节 航美传媒集团有限公司 151

一、企业概况 151

二、竞争优势分析 152

三、经营状况 152

四、发展战略 157

## 第四节 中国高铁传媒有限公司 158

一、企业概况 158

二、竞争优势分析 159

三、经营状况 159

四、发展战略 159

## 第五节 华铁传媒 159

一、企业概况 159

二、竞争优势分析 160

三、经营状况 162

四、发展战略 163

## 第六节 TOM集团有限公司 164

一、企业概况 164

二、竞争优势分析 167

三、经营状况 168

四、发展战略 171

## 第七节 百灵时代广告有限公司 171

一、企业概况 171

二、竞争优势分析 172

三、经营状况 173

四、发展战略 175

## 第八节 巴士在线传媒有限公司 176

- 一、企业概况 176
- 二、竞争优势分析 177
- 三、经营状况 179
- 四、发展战略 181

## 第九节 电信传媒 181

- 一、企业概况 181
- 二、竞争优势分析 183
- 三、经营状况 184
- 四、发展战略 189

## 第十节 海南白马广告媒体投资有限公司 189

- 一、企业概况 189
- 二、竞争优势分析 191
- 三、经营状况 192
- 四、发展战略 193

## 第十三章 高铁广告行业投资策略分析 194

### 第一节 行业发展特征 194

### 第二节 行业投资形势分析 195

### 第三节 高铁广告行业投资效益分析 195

### 第四节 高铁广告行业投资策略研究 195

## 第十四章 高铁广告行业投资风险预警 197

### 第一节 影响高铁广告行业发展的主要因素 197

### 第二节 高铁广告行业投资风险预警 197

## 第十五章 高铁广告行业发展趋势分析 199

### 第一节 2015-2020年中国高铁广告市场趋势分析 199

### 第二节 2015-2020年高铁广告产品发展趋势分析 199

#### 一、2015-2020年高铁广告产品技术趋势分析 199

#### 二、2015-2020年高铁广告产品价格趋势分析 199

### 第三节 2015-2020年中国高铁广告行业供需预测 200

#### 一、2015-2020年中国高铁广告供给预测 200

#### 二、2015-2020年中国高铁广告需求预测 200

#### 三、2015-2020年中国高铁广告价格预测 201

### 第四节 2015-2020年高铁广告行业规划建设 201

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201506/323169.html>