

2018-2024年中国地铁广告行业市场深度调研及投资前景分析报告

报告大纲

智研咨询

www.chyxx.com

一、报告简介

智研咨询发布的《2018-2024年中国地铁广告行业市场深度调研及投资前景分析报告》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/201804/629668.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

报告目录：

第一部分行业发展现状23

第一章地铁广告行业发展概述23

第一节广告简介23

一、广告的概念23

二、广告的本质特点和要素25

三、广告的分类和主要形式25

四、广告媒体简介27

第二节地铁广告29

一、地铁广告的概念29

二、地铁广告的划分29

三、地铁广告的主要功能30

四、地铁广告媒体32

五、地铁广告的特征32

第二章国外广告行业发展分析34

第一节世界广告行业发展概况34

一、2016-2017年全球广告经营状况34

二、2017年世界广告业排名状况分析34

三、2016-2017年世界广告业发展状况37

第二节2017年世界广告业发展状况分析39

一、2017年世界广告业发展规模分析39

二、2017年世界广告业发展特点分析40

三、2017年世界广告发展存在的问题41

四、2017年世界广告企业竞争分析43

第三节全球广告市场分析44

一、全球广告市场格局分析44

二、2015年戛纳广告节的开展情况47

三、2016-2017年全球广告支出情况分析48

四、2017年全球地铁广告开支额48

五、2017年欧债危机对广告行业的冲击49

六、2016-2017年中国对全球广告市场的贡献49

第四节2018-2024年世界广告业发展趋势分析50

一、世界广告发展新趋势变化50

- 二、地铁广告发展前景分析54
- 三、2017年全球广告支出增长预测55
- 四、2016-2017年全球广告预算情况57
- 五、2018-2024年广告行业发展前景57
- 第三章世界地铁广告业发展分析61
 - 第一节2017年世界地铁广告业发展分析61
 - 一、2017年美国地铁广告业发展分析61
 - 二、2017年日本地铁广告业发展分析62
 - 三、2017年俄罗斯地铁广告业发展分析63
 - 第二节2017年世界地铁广告市场需求分析64
 - 一、2017年世界地铁广告市场需求量分析64
 - 二、2017年世界地铁广告策划分析64
 - 三、2017年国外企业进军中国市场情况65
 - 四、2017年世界地铁广告业竞争分析66
 - 第三节2018-2024年世界地铁广告市场发展趋势分析67
 - 一、世界地铁广告区域发展67
 - 二、世界轨道交通发展趋势67
- 第四章我国广告行业发展现状72
 - 第一节中国广告行业综合状况分析72
 - 一、中国本土广告业发展现状72
 - 二、中国广告产业在外资重压下发展73
 - 三、中国本土广告公司的SWOT分析75
 - 四、国家政策促进广告业发展79
 - 第二节我国广告市场发展分析80
 - 一、2016-2017年中国广告发展现状80
 - 二、2017年内地广告市场规模分析81
 - 三、2017年中国广告市场价值分析81
 - 四、2017年中国广告市场的投放额90
 - 五、2017年广告行业人才供求情况91
 - 六、2017年广告市场面临的挑战93
 - 第三节我国广告市场规范情况94
 - 一、2017年中国查处广告违法案件情况94
 - 二、2017年广告业存在的主要问题探讨95
 - 三、2017年中国广告行业新的自律规则96
 - 四、2017年广告行业结盟维护创意版权97

第五章我国地铁广告行业发展分析98

第一节中国地铁广告行业概况98

- 一、中国地铁广告发展历程98
- 二、中国地铁广告的产品类别98
- 三、中国的地铁广告产业的整合分析99
- 四、跨行业合作形势下地铁广告的优势99

第二节中国地铁广告市场发展现状100

- 一、地铁广告的投放特点100
- 二、地铁广告对用户消费的影响100
- 三、地铁广告发展形式分析101
- 四、地铁广告规范情况分析101
- 五、针对地铁广告存在问题的对策102
- 六、我国主要城市地铁广告发展策略104

第三节地铁广告市场空间分析104

- 一、2017年中国地铁广告市场规模104
- 二、2017年地铁广告市场规模预测104

第四节中国地铁广告的相关政策分析105

- 一、法律因素在地铁广告发展中的作用105
- 二、地铁广告在高速发展中趋于健全规范109
- 三、地铁广告规范与发展的法律策略分析109

第六章中国地铁广告受众及投放分析110

第一节地铁广告的投放原因及特点110

- 一、投放地铁广告的原因110
- 二、地铁广告在广告媒体中的地位110
- 三、地铁广告接受度情况分析111
- 四、制约地铁广告发展的瓶颈111

第二节地铁广告受众分析112

- 一、受众接触地铁广告的黄金时间112
- 二、受众最感兴趣的广告形式112
- 三、受众最感兴趣的广告内容113

第三节影响地铁广告投放的要素分析115

- 一、影响地铁广告投放宏观因素分析115
- 二、吸引受众的最重要的要素115
- 三、消费热点决定记忆程度117
- 四、地铁广告投放策略建议117

第七章地铁广告主要形式发展分析119

第一节车载电视119

- 一、车载电视的介绍119
- 二、车载电视广告的优势119
- 三、2016-2017年车载电视广告发展分析122

第二节站台PIS123

- 一、站台PIS的介绍123
- 二、站台PIS广告的优势124
- 三、2016-2017年站台PIS发展分析124

第三节地铁LED数字媒体125

- 一、地铁LED数字媒体的介绍125
- 二、地铁LED数字媒体广告的优势126
- 三、地铁LED数字媒体广告的关注度126
- 四、2016-2017年地铁LED数字媒体发展分析127

第四节车厢内海报127

- 一、车厢内海报的介绍127
- 二、车厢内海报广告的优势128
- 三、车厢内海报广告的关注度128
- 四、2013-2015年车厢内海报广告发展分析128

第五节灯箱广告发展分析129

- 一、灯箱广告的介绍129
- 二、灯箱广告的优势130
- 三、灯箱广告的关注度131
- 四、2016-2017年灯箱广告发展分析132

第二部分行业竞争格局134

第八章地铁广告区域市场竞争力比较134

第一节北京134

- 一、伦敦奥运地铁广告全面启动134
- 二、2017年北京各大重要行业地铁广告发展分析134
- 三、2017年北京地铁广告业发展存在的问题分析135
- 四、2017年北京地铁广告业发展情况分析137

第二节上海138

- 一、2017年上海市地铁广告业发展特点分析138
- 二、2017年上海地铁广告业的效益优势分析138
- 三、2017年地铁广告公司经营状况及策略分析139

- 四、2017年上海地铁广告业发展情况分析140
- 第三节广东140
 - 一、2017年地铁广告业发展阶段分析140
 - 二、2017年地铁广告业发展状况综合分析140
 - 三、2017年地铁广告业竞争状况分析141
 - 四、2017年广东地铁广告业发展分析142
- 第九章中国地铁广告市场竞争分析143
 - 第一节2017年中国各种广告形式市场竞争综合分析143
 - 一、2017年地铁广告与传统广告行业竞争分析143
 - 二、2017年新媒体对地铁广告的压力144
 - 三、2017年中国广告业界软硬广告竞争分析145
 - 四、2016-2017年央视重点时段广告竞争分析148
 - 五、2016-2017年移动广告行业竞争形势分析150
 - 第二节2017年中国地铁广告业竞争状况分析151
 - 一、2017年中国地铁广告品牌竞争分析151
 - 二、2017年中国地铁广告价格竞争分析152
 - 三、2017年中国地铁广告竞争战略分析153
- 第十章地铁广告企业竞争策略分析155
 - 第一节地铁广告市场竞争策略分析155
 - 一、2017年地铁广告市场增长潜力分析155
 - 二、2017年地铁广告主要潜力品种分析156
 - 三、现有地铁广告产品竞争策略分析156
 - 四、潜力地铁广告品种竞争策略选择157
 - 五、典型企业产品竞争策略分析157
 - 第二节地铁广告企业竞争策略分析158
 - 一、欧债危机对地铁广告行业竞争格局的影响158
 - 二、欧债危机后地铁广告行业竞争格局的变化158
 - 三、2018-2024年我国地铁广告市场竞争趋势158
 - 四、2018-2024年地铁广告行业竞争格局展望159
 - 五、2018-2024年地铁广告行业竞争策略分析159
 - 六、2018-2024年地铁广告企业竞争策略分析160
- 第十一章地铁广告重点企业竞争分析161
 - 第一节分众传媒控股有限公司161
 - 一、企业概况161
 - 二、竞争优势分析161

- 三、2016-2017年经营状况162
- 四、2018-2024年发展战略168
- 第二节华视传媒集团有限公司168
 - 一、企业概况168
 - 二、竞争优势分析168
 - 三、2016-2017年经营状况169
 - 四、2018-2024年发展战略175
- 第三节航美传媒集团有限公司175
 - 一、企业概况175
 - 二、竞争优势分析176
 - 三、2016-2017年经营状况177
 - 四、2018-2024年发展战略183
- 第四节海南白马广告媒体投资有限公司184
 - 一、企业概况184
 - 二、竞争优势分析184
 - 三、2016-2017年经营状况184
 - 四、2018-2024年发展战略191
- 第五节德高中国集团有限公司191
 - 一、企业概况191
 - 二、竞争优势分析191
 - 三、2016-2017年经营状况192
 - 四、2018-2024年发展战略198
- 第六节TOM集团有限公司198
 - 一、企业概况198
 - 二、竞争优势分析199
 - 三、2016-2017年经营状况199
 - 四、2018-2024年发展战略206
- 第七节北京地下铁道通成广告有限公司206
 - 一、企业概况206
 - 二、竞争优势分析213
- 第八节上海雅仕维广告有限公司213
 - 一、企业概况213
 - 二、竞争优势分析213
 - 三、2016-2017年经营状况214
 - 四、2018-2024年发展战略220

第九节上海机场德高动量广告公司221

一、企业概况221

二、竞争优势分析221

三、2016-2017年经营状况221

四、2018-2024年发展战略227

第十节北京巴士传媒股份有限公司228

一、企业概况228

二、竞争优势分析228

三、2016-2017年经营状况228

四、2018-2024年发展战略234

第三部分行业前景预测236

第十二章地铁广告行业发展趋势分析236

第一节中国广告行业发展趋势分析236

一、中国广告业发展新动向236

二、2017年中国广告市场趋势解析242

三、2018-2024年中国广告行业发展前景244

四、2016-2017年中国对全球广告市场的推动245

五、2017年中国广告市场发展与新媒体趋势246

第二节中国地铁广告市场趋势前景分析249

一、中国地铁广告市场发展前景249

二、中国地铁广告市场潜力分析249

三、中国地铁广告发展趋势分析250

第十三章未来地铁广告行业发展预测252

第一节2018-2024年国际地铁广告市场预测252

一、2018-2024年全球地铁广告行业供给预测252

二、2018-2024年全球地铁广告市场需求前景252

三、2018-2024年全球地铁广告市场价格预测253

第二节2018-2024年国内地铁广告市场预测253

一、2018-2024年国内地铁广告行业供给预测253

二、2018-2024年国内地铁广告行业规模预测254

三、2018-2024年国内地铁广告市场需求前景254

四、2018-2024年国内地铁广告市场价格预测255

五、2018-2024年国内地铁广告行业集中度预测255

第四部分投资战略研究256

第十四章地铁广告行业投资现状分析256

- 第一节2017年地铁广告行业投资情况分析256
 - 一、2017年总体投资及结构256
 - 二、2017年投资规模情况256
 - 三、2017年投资增速情况257
 - 四、2017年分地区投资分析257
 - 五、2017年外商投资情况258
- 第二节2017年地铁广告行业投资情况分析258
 - 一、2017年总体投资及结构258
 - 二、2017年投资规模情况259
 - 三、2017年投资增速情况259
 - 四、2017年分地区投资分析260
 - 五、2017年外商投资情况262
- 第十五章地铁广告行业投资环境分析263
 - 第一节经济发展环境分析263
 - 一、2016-2017年我国宏观经济运行情况263
 - 二、2018-2024年我国宏观经济形势分析286
 - 三、2018-2024年投资趋势及其影响预测290
 - 第二节政策法规环境分析292
 - 一、2017年地铁广告行业政策环境292
 - 二、2017年国内宏观政策对其影响296
 - 三、2017年行业产业政策对其影响296
 - 第三节社会发展环境分析298
 - 一、国内社会环境发展现状298
 - 二、2017年社会环境发展分析302
 - 三、2018-2024年社会环境对行业的影响分析303
- 第十六章地铁广告行业投资机会与风险305
 - 第一节地铁广告行业投资效益分析305
 - 一、2016-2017年地铁广告行业投资状况分析305
 - 二、2018-2024年地铁广告行业投资效益分析305
 - 三、2018-2024年地铁广告行业投资趋势预测306
 - 四、2018-2024年地铁广告行业的投资方向306
 - 五、投资建议307
 - 六、新进入者应注意的障碍因素分析307
 - 第二节影响地铁广告行业发展的主要因素307
 - 一、2018-2024年影响地铁广告行业运行的有利因素分析307

- 二、2018-2024年影响地铁广告行业运行的稳定因素分析309
- 三、2018-2024年影响地铁广告行业运行的不利因素分析309
- 四、2018-2024年我国地铁广告行业发展面临的挑战分析311
- 五、2018-2024年我国地铁广告行业发展面临的机遇分析312
- 第三节地铁广告行业投资风险及控制策略分析312
 - 一、2018-2024年地铁广告行业市场风险及控制策略312
 - 二、2018-2024年地铁广告行业政策风险及控制策略313
 - 三、2018-2024年地铁广告行业经营风险及控制策略314
 - 四、2018-2024年地铁广告行业技术风险及控制策略315
 - 五、2018-2024年地铁广告同业竞争风险及控制策略316
 - 六、2018-2024年地铁广告行业其他风险及控制策略317
- 第十七章地铁广告行业投资战略研究318 (ZYLII)
 - 第一节地铁广告行业发展战略研究318
 - 一、战略综合规划318
 - 二、技术开发战略318
 - 三、业务组合战略320
 - 四、区域战略规划320
 - 五、产业战略规划321
 - 六、营销品牌战略321
 - 七、竞争战略规划322
 - 第二节对我国地铁广告品牌的战略思考323
 - 一、企业品牌的重要性323
 - 二、地铁广告实施品牌战略的意义324
 - 三、地铁广告企业品牌的现状分析325
 - 四、我国地铁广告企业的品牌战略326
 - 五、地铁广告品牌战略管理的策略327
 - 第三节地铁广告行业投资战略研究329
 - 一、2017年广告行业投资战略329
 - 二、2017年我国地铁广告行业投资战略330
 - 三、2018-2024年地铁广告行业投资战略331 (ZYLII)
 - 四、2018-2024年细分行业投资战略332
- 部分图表目录:
 - 图表12014-2019年全球广告支出34
 - 图表2世界不同地区广告费用支出增速38
 - 图表32017年世界主要国家广告支出费用排名39

图表4广告主营销观点调查91

图表5北京地铁广告各类媒体投放情况100

图表6中国移动广告平台市场整体规模及增长率150

表格72010-2017年分众传媒控股有限公司资产负债率变化情况162

图表82010-2017年分众传媒控股有限公司资产负债率变化情况162

表格92010-2017年分众传媒控股有限公司产权比率变化情况163

图表102010-2017年分众传媒控股有限公司产权比率变化情况163

表格112010-2017年分众传媒控股有限公司固定资产周转次数情况164

图表122010-2017年分众传媒控股有限公司固定资产周转次数情况164

表格132010-2017年分众传媒控股有限公司流动资产周转次数变化情况165

图表142010-2017年分众传媒控股有限公司流动资产周转次数变化情况165

表格152010-2017年分众传媒控股有限公司总资产周转次数变化情况166

图表162010-2017年分众传媒控股有限公司总资产周转次数变化情况166

表格172010-2017年分众传媒控股有限公司销售毛利率变化情况167

图表182010-2017年分众传媒控股有限公司销售毛利率变化情况167

表格192010-2017年华视传媒集团有限公司资产负债率变化情况169

图表202010-2017年华视传媒集团有限公司资产负债率变化情况169

表格212010-2017年华视传媒集团有限公司产权比率变化情况170

图表222010-2017年华视传媒集团有限公司产权比率变化情况170

表格232010-2017年华视传媒集团有限公司固定资产周转次数情况171

图表242010-2017年华视传媒集团有限公司固定资产周转次数情况171

表格252010-2017年华视传媒集团有限公司流动资产周转次数变化情况172

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201804/629668.html>