2019-2025年中国生活圈媒体行业市场运营模式分析及发展趋势预测研究报告

报告大纲

智研咨询
www.chyxx.com

一、报告简介

智研咨询发布的《2019-2025年中国生活圈媒体行业市场运营模式分析及发展趋势预测研究报告》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/201902/711969.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

生活圈媒体保持高增长态势，刊例花费增速领跑其余细分媒介。线上流量成本上升及流量欺诈等问题使互联网广告增速放缓，线下媒体价值愈发凸显。梯媒市场来看，新入局者带来的扰动将促使巨头加快升级和扩张的步伐，同时龙头公司有更多资本抢占海外扩张先机。

当前我国广告市场规模已超6500亿元，保持稳定增长，广告市场受宏观经济影响较大，经济向好将有力推动行业发展。随着宏观经济步入新常态，以及品牌方在各类广告形式中的调整切换，广告行业增长随同宏观经济步入稳健增长期。

2018年，根据调查广告市场数据显示，属于生活圈媒体的电梯电视增长31.0%、电梯海报增长23.6%、影院视频增长14.6%，增速领跑全媒体，生活圈媒体型公司正日益受到市场关注。作为一种新兴的媒体形式，生活圈媒体具有新颖性和独特性特征，与之相伴而生的生活圈媒体广告还具有精准性和高关注度的优势。我国生活圈媒体广告的发展现状，坚持可行性、受众导向、媒体网络化等原则，进行广告内容与形式创新，有利于让广告与人们的日常生活频繁接触，从而提高品牌的传播力和到达率。

2018年生活圈媒体各电梯媒体增长率图

数据来源：公开资料整理

智研咨询发布的《2019-2025年中国生活圈媒体行业市场运营模式分析及发展趋势预测研究报告》共九章。首先介绍了中国生活圈媒体行业市场发展环境、生活圈媒体整体运行态势等，接着分析了中国生活圈媒体行业市场运行的现状，然后介绍了生活圈媒体市场竞争格局。随后，报告对生活圈媒体做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国生活圈媒体行业发展趋势与投资预测。您若想对生活圈媒体产业有个系统的了解或者想投资中国生活圈媒体行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第一部分 行业运行现状
第一章 生活圈媒体行业发展概述
第一节 生活圈媒体概述
一、定义
二、行业概况
第二节 生活圈媒体行业产业链分析
一、行业经济特性
二、产业链结构分析

三、产业链上下游对生活圈媒体行业的影响分析
第三节 全球生活圈媒体行业发展分析
一、全球生活圈媒体行业发展历程
二、全球生活圈媒体行业主要生产国家地区分析
三、全球生活圈媒体行业发展趋势分析
第二章 2015-2018年中国生活圈媒体行业发展环境分析
第一节 2015-2018年中国生活圈媒体行业经济发展环境分析
第二节 2015-2018年中国生活圈媒体行业政策发展环境分析
一、生活圈媒体行业相关政策分析
二、行业生产标准分析
第三节 2015-2018年中国生活圈媒体行业社会环境发展分析
一、人口环境分析
二、文化环境分析
三、中国城镇化率
四、居民的各种消费观念和习惯
第四节 2015-2018年中国生活圈媒体行业技术发展环境分析
一、生活圈媒体行业技术现状分析
二、生活圈媒体行业技术趋势分析
第二部分 行业深度分析
第四章我国生活圈媒体广告行业运行现状分析
第一节我国生活圈媒体广告行业发展状况分析
一、我国生活圈媒体广告行业发展阶段
二、我国生活圈媒体广告行业发展总体概况
三、我国生活圈媒体广告行业发展特点分析
第二节生活圈媒体广告行业发展现状
一、我国生活圈媒体广告行业市场规模
二、我国生活圈媒体广告行业发展分析
1、生活圈媒体广告行业整体环境分析
2、生活圈媒体广告发展模式创新分析
3、生活圈媒体广告行业新形势分析
4、高科技对生活圈媒体广告的影响分析
第三节生活圈媒体广告市场投放分析
一、生活圈媒体广告市场投放综述
二、重点行业生活圈媒体广告投放分析
1、交通类

2、邮电通讯
3、娱乐休闲
4、化妆品
5、房地产
三、广告主投放生活圈媒体广告分析
四、生活圈媒体广告投放前10品牌分析
五、商务楼宇广告投放分析
六、移动广告投放分析
第四节我国生活圈媒体广告市场价格走势分析
一、生活圈媒体广告市场定价机制组成
二、生活圈媒体广告市场价格影响因素
三、2019-2025年生活圈媒体广告产品价格走势预测
第七章我国生活圈媒体广告细分市场分析及预测
第一节户外电子屏广告市场分析预测
一、户外电子屏广告的定义和分类
1、户外电子屏广告的定义
2、户外电子屏广告的分类
二、户外电子屏广告市场现状分析
1、户外电子屏广告发展概况
2、户外电子屏竞争格局
3、户外电子屏广告主规模
三、户外电子屏广告主要细分市场分析
1、公交地铁电子屏广告市场
（1）公交地铁电子屏广告市场规模
（2）公交地铁电子屏广告市场竞争格局
（3）公交地铁电子屏广告市场发展趋势
2、商业楼宇电子屏广告市场
媒体资源价值方面，而随着新一线城市的逐步崛起，其价值也在逐步提升。据调研结果显示，电梯广告的渗透率在二三线城市中产人群的消费者中增长最为明显。
2018年每月电梯媒体刊例花费增幅情况图
数据来源：公开资料整理
（1）商业楼宇电子屏广告市场规模
（2）商业楼宇电子屏广告市场竞争格局
（3）商业楼宇电子屏广告市场发展趋势
3、航空电子屏广告市场

（1）航空电子屏广告市场规模
（2）航空电子屏广告市场竞争格局
（3）航空电子屏广告市场发展趋势
四、影院映前广告市场
目前宏观经济虽处于下行周期，但参考美国，经济大萧条的十年同时也是好莱坞电影的黄金十年，我们认为国内电影市场仍将持续增长。受益于院线的下沉和观影人次逐年上升，影院广告价值也将持续凸显，市场规模将快速增长。
我国电影广告主要分为贴片广告、映前广告、阵地广告、植入广告四大类。
2010-2017年映前广告市场规模图
数据来源：公开资料整理
1、影院映前广告市场规模
2、影院映前广告市场竞争格局
五、2019-2025年户外电子屏广告市场发展趋势
1、促进因素分析
2、阻碍因素分析
第二节公交车身广告市场分析预测
一、公交车身广告定义及特点
1、公交车身广告定义
2、公交车身广告特点
3、公交车身广告优势
二、公交车身广告市场现状分析
1、公交车身广告适合各类产品发布
2、高接触机率和稳定的接触频次
3、较强的地理针对性较低的千人成本(CPM)
4、较低的千人成本(CPM)
三、公交车身广告投放效果分析
1、车身广告发布目的
2、广告排期的配合
3、广告位置的配合
第三节电梯平面广告市场分析预测
一、电梯平面广告基本情况
二、电梯平面广告功能分析
1、基础性、视觉性、长效性、整合性、互补性功能
2、受众群体层面的综合性与针对性功能
3、引发共同关注，现场交流，快速促成消费决策功能

三、电梯平面广告优点
四、电梯平面广告特点分析
五、电梯平面广告盈利模式
六、电梯平面广告问题情况
七、电梯平面广告发展趋势
第四节生活圈媒体广告其他细分市场分析预测
一、灯箱广告市场分析预测
1、灯箱广告市场发展现状
2、灯箱广告市场发展趋势
二、候车亭广告市场分析预测
1、候车亭广告市场发展现状
2、候车亭广告市场发展趋势
三、单立柱广告市场分析预测
1、单立柱广告市场发展现状
2、单立柱广告市场发展趋势
四、霓虹灯广告市场分析预测
1、霓虹灯广告市场发展现状
2、霓虹灯广告市场发展趋势
五、路牌广告市场分析预测
1、路牌广告市场发展现状
2、路牌广告市场发展趋势
六、机场广告市场分析预测
1、机场广告市场发展现状
2、机场广告市场发展趋势
七、高速公路广告市场分析预测
1、高速公路广告市场发展现状
2、高速公路广告市场发展趋势
八、地铁广告市场分析预测
1、地铁广告市场发展现状
2、地铁广告市场发展趋势
第五章 2015-2018年中国生活圈媒体所属行业市场营销情况分析
第一节 2015-2018年中国生活圈媒体市场营销现状分析
一、生活圈媒体市场营销动态概览
二、生活圈媒体营销模式分析
三、生活圈媒体市场营销渠道分析

第二节 2015-2018年中国生活圈媒体网络营销分析
第三节 2015-2018年中国生活圈媒体市场营销策略分析
一、产品策略
二、价格策略
三、渠道策略
第六章 影响企业经营的关键趋势
第一节 市场整合成长趋势
第二节 需求变化趋势及新的商业机遇预测
第三节 企业区域市场拓展的趋势
第四节 科研开发趋势及替代技术进展
第五节 影响企业销售与服务方式的关键趋势
第六节 中国生活圈媒体行业SWOT分析
一、优势分析
二、劣势分析
三、机遇分析
四、威胁分析
第三部分 行业竞争分析
第七章 2015-2018中国生活圈媒体行业竞争状况分析
第一节 2015-2018年中国生活圈媒体行业竞争力分析
一、品牌竞争分析
二、技术竞争分析
第二节 2015-2018年中国生活圈媒体行业市场区域格局分析
一、重点生产区域竞争力分析
二、市场销售集中分布
三、国内企业与国外企业相对竞争力
第三节 中国生活圈媒体行业五力竞争分析
一、行业内竞争
二、潜在进入者威胁
三、替代品威胁
四、供应商议价能力分析
五、买方议价能力分析
第四节 2015-2018年中国生活圈媒体产业提升竞争力策略分析
第八章 主要生活圈媒体企业竞争分析
第一节分众传媒控股有限公司
一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析
三、企业户外媒体资源
四、企业服务区域分析
第二节华视传媒集团有限公司
一、企业发展简况分析
二、企业产品服务分析
三、企业户外媒体资源
四、企业服务区域分析
第三节航美传媒集团有限公司
一、企业发展简况分析
二、企业产品服务分析
三、企业户外媒体资源
四、企业服务区域分析
第四节白马户外媒体有限公司
一、企业发展简况分析
二、企业产品服务分析
三、企业户外媒体资源
四、企业服务区域分析
第五节德高中国集团
一、企业发展简况分析
二、企业产品服务分析
三、企业户外媒体资源
四、企业服务区域分析
第六节永达户外传媒集团
一、企业发展简况分析
二、企业户外媒体资源
三、企业服务区域分析
四、企业区域布局情况
第七节香港雅仕维媒体集团
一、企业发展简况分析
二、企业户外媒体资源
三、企业服务区域分析
四、企业经营情况分析
第八节百灵时代传媒集团有限公司
一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析
三、企业户外媒体资源
四、企业服务区域分析
第九节巴士在线科技有限公司
一、企业发展简况分析
二、企业产品服务分析
三、企业服务区域分析
四、企业经营情况分析
第十节成都博瑞传播股份有限公司
一、企业发展简况分析
二、企业产品服务分析
三、企业经营收入分析
四、企业偿债能力分析
第九章2019-2025年生活圈媒体广告行业前景及趋势（ZYZF）
第一节2019-2025年生活圈媒体广告市场发展前景
一、2019-2025年生活圈媒体广告市场发展潜力
二、2019-2025年生活圈媒体广告市场发展前景展望
三、2019-2025年生活圈媒体广告细分行业发展前景分析
1、霓虹灯广告应用前景分析
2、灯箱广告市场前景分析
3、LED生活圈媒体广告市场前景分析
4、公交地铁电子屏广告市场前景分析
5、机场广告市场前景分析
第二节2019-2025年生活圈媒体广告市场发展趋势预测
一、2019-2025年生活圈媒体广告行业发展趋势
1.户外媒体强者更强，中小型户外公司寻求抱团合作意向更明显
2.户外媒介环境进入多屏时代，行业整体进入创新、整合期
3.生活圈媒体广告以终端规模拉动经济规模影响力有限
4.各城市对户外媒体整治力度加大，致使户外媒体资源的稀缺性决定其价值
5.新技术助力生活圈媒体广告优化转型，内容型广播电视受青睐
6.大事件带动生活圈媒体广告投放，全球市场优化配置生活圈媒体广告资源
7.受众生活形态与出行方式复杂多样化，赋予生活圈媒体广告更多的传播空间
8.户外媒体与消费者互动提升宣传能量，提升传播实效精准度
9.户外高铁、航空媒体市场高度集中，形成寡头格局
10.媒体采购成本上涨，抑制户外媒体涨幅

二、2019-2025年生活圈媒体广告规划原则
1、整体性与多样性相结合原则
2、低碳环保与环境协调性原则
3、注重视觉美学原则
4、实事求是和可操作性原则
三、2019-2025年细分市场发展趋势预测
第三节2019-2025年中国生活圈媒体广告行业供需预测
一、2019-2025年中国生活圈媒体广告行业供给预测
二、2019-2025年中国生活圈媒体广告行业需求预测
三、2019-2025年中国生活圈媒体广告行业供需平衡预测
一、2019-2025年中国生活圈媒体行业最新投资动向
二、2019-2025年中国生活圈媒体行业投资机会分析
第五节 2019-2025年中国生活圈媒体行业主要投资建议（ZYZF）
图表目录
图表：生活圈媒体行业产业链分析
图表：中国国内生产总值及其增长速度
图表：中国社会消费品零售总额
图表：中国居民消费价格月度涨跌幅度
图表：中国居民消费价格比上年涨跌幅度
图表：中国居民人均可支配收入及其增长速度
图表：2019-2025年中国生活圈媒体行业产量预测
图表：2019-2025年中国生活圈媒体行业产值预测
图表：2019-2025年中国生活圈媒体行业销量预测
图表：2019-2025年中国生活圈媒体行业销售收入预测
图表：2019-2025年中国生活圈媒体行业市场规模预测

详细请访问：https://www.chyxx.com/research/201902/711969.html