

# 2020-2026年中国机场广告 市场深度研究与投资战略咨询报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2020-2026年中国机场广告市场深度研究与投资战略咨询报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/201910/143379.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

报告目录：

### 第一章广告相关概述

#### 第一节 广告简述

一、广告的本质特点和要素

二、广告的分类和主要形式

三、广告媒体诠释

#### 第二节 机场广告

一、机场广告的划分

二、机场广告的主要功能与优势

三、机场广告媒体

四、机场广告的美学特征

#### 第三节 机场广告制作

一、机场广告制作的设备及工艺

二、机场广告牌面的照明工程设计步骤

三、机场广告制作的规范化

四、机场广告画面制作技巧及注意事项

### 第二章 2014-2017年世界机场广告行业营运概述

#### 第一节 2014-2017年世界广告行业运行浅析

一、全球各地区广告经营状况

二、全球广告市场规模

三、世界广告业排名状况

四、世界广告业方兴未艾

#### 第二节 2014-2017年世界机场广告运行浅析

一、世界机场广告市场需求分析

二、世界机场广告策划分析

三、国外企业进军中国市场情况

#### 第三节 2020-2026年世界机场广告行业发展前景展望分析

### 第三章 2014-2017年中国广告行业整体运行形势透析

## 第一节 2014-2017年中国广告行业运行总况

- 一、中国本土广告业突破之路
- 二、中国广告产业在外资重压下发展
- 三、国家政策促进广告业发展

## 第二节 2014-2017年中国广告行业发展状况

- 一、各类媒体实际广告收入增幅变化
- 二、中国传统广告投放状况
- 三、中国广告市场最新行情分析

## 第三节 2014-2017年中国广告业发展存在的问题分析

- 一、中国广告业发展的忧虑
- 二、中国广告行业重新定位的几个问题
- 三、中国广告产业危机存在“多米诺效应”
- 四、中国国有广告公司的弱点分析
- 五、中国广告在全球经济时代的发展症结

## 第四节 2014-2017年中国广告业发展的对策分析

- 一、中国广告业集团化发展原因及模式
- 二、中国国有广告公司的发展对策分析
- 三、中国广告行业发展面临的任务

## 第四章 2014-2017年中国机场广告业运行环境分析

### 第一节 国内宏观经济环境分析

- 一、GDP历史变动轨迹分析
- 二、固定资产投资历史变动轨迹分析
- 三、2014-2017年中国宏观经济发展预测分析

### 第二节 2014-2017年中国机场广告政策法规环境分析

- 一、法律因素在机场广告发展中的作用
- 二、机场广告的设置与空间权的归属
- 三、机场广告在高速发展中趋于健全规范
- 四、机场广告规范与发展的法律策略分析

### 第三节 2014-2017年中国机场广告社会环境分析

## 第五章 2014-2017年中国机场广告业运行状况分析

## 第一节 2014-2017年中国机场广告行业运行探析

### 一、中国的机场广告产业的整合分析

### 二、中国机场广告的产品类别

### 三、跨行业合作形势下机场广告的优势

## 第二节 2014-2017年中国机场广告市场状况分析

## 第三节 2014-2017年中国机场广告业发展的问题与对策

## 第六章 2014-2017年中国机场广告受众及投放情况分析

### 第一节 机场广告的投放原因及特点

#### 一、投放机场广告的原因

#### 二、机场广告已成为第三大广告媒体

#### 三、机场广告是具有高接受度的广告形式

#### 四、机场广告的喜好度存在着地区的差异性

#### 五、管理维护存在问题制约机场广告发展的瓶颈

### 第二节 机场广告受众分析

### 第三节 2014-2017年中国影响机场广告投放的要素分析

#### 一、影响机场广告投放宏观因素分析

#### 二、创意是吸引受众的最重要的要素

#### 三、媒体组合能提高机场广告可信度

#### 四、消费热点决定记忆程度

## 第七章 中国机场广告主要形式分析

### 第一节 形式一

#### 一、广告概念

#### 二、广告的类型

#### 三、广告的特点

#### 四、广告关注度

#### 五、未来发展分析

### 第二节 形式二

#### 一、广告概念

#### 二、广告的类型

#### 三、广告的特点

四、广告关注度

五、未来发展分析

### 第三节 形式三

一、广告概念

二、广告的类型

三、广告的特点

四、广告关注度

五、未来发展分析

### 第四节 形式四

一、广告概念

二、广告的类型

三、广告的特点

四、广告关注度

五、未来发展分析

### 第五节 形式五

一、广告概念

二、广告的类型

三、广告的特点

四、广告关注度

五、未来发展分析

### 第六节 其他机场广告形式

## 第八章中国机场广告行业重点城市市场分析

### 第一节 北京

一、发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、发展前景预测

五、投资风险预测

### 第二节 上海

一、发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、发展前景预测

五、投资风险预测

### 第三节 深圳

一、发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、发展前景预测

五、投资风险预测

### 第四节 昆明

一、发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、发展前景预测

五、投资风险预测

### 第五节 天津

一、发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、发展前景预测

五、投资风险预测

### 第六节 其它城市

一、发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、发展前景预测

五、投资风险预测

## 第九章 机场广告重点企业发展分析

### 第一节 北京首都机场广告有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

### 三、经营状况

### 四、发展战略

## 第二节 重庆商讯传媒有限公司

### 一、企业概况

### 二、竞争优势分析

### 三、经营状况

### 四、发展战略

## 第三节 北京航翔广告有限公司

### 一、企业概况

### 二、竞争优势分析

### 三、经营状况

### 四、发展战略

## 第四节 上海机场德高动量广告有限公司

### 一、企业概况

### 二、竞争优势分析

### 三、经营状况

### 四、发展战略

## 第五节 全媒通文化传播有限公司

### 一、企业概况

### 二、竞争优势分析

### 三、经营状况

### 四、发展战略

## 第十章 2014-2017年中国广告企业运行格局分析

### 第一节 2014-2017年中国本土广告企业运行概况

#### 一、广告行业呈现“外进国退”现象

#### 二、本土广告公司“小、散、乱”

#### 三、亟待战略转型突破市场重围

#### 四、本土广告公司亟待突破利润瓶颈

### 第二节 2014-2017年中国广告公司动态分析

#### 一、中国网络广告代理公司竞争格局

#### 二、本土广告公司开辟新业务应对国际竞争



三、4A广告公司发展的经营业态分析

四、本土广告公司发展的方向透析

第三节 2014-2017年中国广告公司面临的问题与对策

一、传统型广告代理公司的生存现状堪忧

二、国内广告公司自身存在的主要问题

三、新媒体给传统广告公司带来强势挑战

四、本土广告公司持续发展的对策

五、塑造本土广告公司核心竞争力的对策

第十一章 2014-2017年中国传媒产业整体运行形势分析

第一节 中国传媒业运行形势透析

一、中国传媒产业进入发展快车道

二、中国传媒业开放发展探索分析

三、中国传媒产业的智库建设

四、我国将从媒体大国走向媒体强国

五、中国传媒业创新分析

第二节 2014-2017年中国大众传媒与金融监管分析

一、大众传媒和政府金融监管的关系

二、大众传媒在金融监管中的积极影响

三、大众传媒对金融监管的负面作用

四、发挥大众传媒在金融监管中作用的策略

第三节 2014-2017年中国传媒产业集团化的发展分析

一、传媒集团的模式

二、传媒业集团化运作的层次探析

三、传媒集团的资源整合及优势

四、中国传媒集团经营机构发展瓶颈和职能

第四节 2014-2017年中国区域传媒业的发展分析

一、传媒的区域化概念

二、传媒区域聚集规律解析

三、从多维视角看中国的区域传媒经济

四、传媒产业区域发展的战略构画

## 第十二章 2020-2026年中国机场广告产业前景展望与趋势预测分析

### 第一节 2020-2026年中国广告行业发展趋势预测

- 一、我国广告市场未来几年发展潜力巨大
- 二、广告业竞争在规模和专业领域呈现两极分化趋势
- 三、广告行业越来越重视资本运作
- 四、数字化技术成为影响广告业发展的重要力量

### 第二节 2020-2026年中国机场广告发展趋势

- 一、中国机场广告业的两极化趋势
- 二、机场广告未来的十大趋势
- 三、中国机场广告市场发展与新媒体趋势

### 第三节 2020-2026年中国机场广告市场盈利预测分析

## 第十三章 2020-2026年机场广告行业投资机会与风险防范

### 第一节 机场广告行业投融资情况

- 一、行业资金渠道分析
- 二、固定资产投资分析
- 三、兼并重组情况分析

### 第二节 2020-2026年机场广告行业投资机会

- 一、产业链投资机会
- 二、细分市场投资机会
- 三、重点区域投资机会
- 四、机场广告行业投资机遇

### 第三节 2020-2026年机场广告行业投资风险及防范

- 一、政策风险及防范
- 二、技术风险及防范
- 三、供求风险及防范
- 四、宏观经济波动风险及防范
- 五、关联产业风险及防范
- 六、产品结构风险及防范
- 七、其他风险及防范

### 第四节 中国机场广告行业投资建议

- 一、机场广告行业未来发展方向

## 二、机场广告行业主要投资建议

### 第十四章研究结论及发展建议

#### 第一节 机场广告行业研究结论及建议

- 一、机场广告市场需求新变化
- 二、机场广告制作市场需求变化
- 三、机场广告制作市场需求变化

#### 第二节 机场广告行业发展建议

- 一、行业转型
- 二、机场广告规划原则
- 三、行业投资建议

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201910/143379.html>