

2020-2026年中国地铁广告 行业分析与投资策略报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2020-2026年中国地铁广告行业分析与投资策略报告》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/202003/157659.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、2016-2019年全球广告经营状况34

二、2019年世界广告业排名状况分析34

三、2016-2019年世界广告业发展状况37

第二节2019年世界广告业发展状况分析39

一、2019年世界广告业发展规模分析39

二、2019年世界广告业发展特点分析40

三、2019年世界广告发展存在的问题41

四、2019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、2016-2019年全球广告支出情况分析48

四、2019年全球地铁广告开支额48

- 五、2019年欧债危机对广告行业的冲击49
- 六、2016-2019年中国对全球广告市场的贡献49
- 第四节2020-2026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、2019年全球广告支出增长预测55
 - 四、2016-2019年全球广告预算情况57
 - 五、2020-2026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2019年世界地铁广告业发展分析61
 - 一、2019年美国地铁广告业发展分析61
 - 二、2019年日本地铁广告业发展分析62
 - 三、2019年俄罗斯地铁广告业发展分析63
- 第二节2019年世界地铁广告市场需求分析64
 - 一、2019年世界地铁广告市场需求量分析64
 - 二、2019年世界地铁广告策划分析64
 - 三、2019年国外企业进军中国市场情况65
 - 四、2019年世界地铁广告业竞争分析66
- 第三节2020-2026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、2016-2019年中国广告发展现状80
 - 二、2019年内地广告市场规模分析81

- 三、2019年中国广告市场价值分析81
- 四、2019年中国广告市场的投放额90
- 五、2019年广告行业人才供求情况91
- 六、2019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、2019年中国查处广告违法案件情况94
 - 二、2019年广告业存在的主要问题探讨95
 - 三、2019年中国广告行业新的自律规则96
 - 四、2019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、2019年中国地铁广告市场规模104
- 二、2019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、2016-2019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、2016-2019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、2016-2019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、2016-2019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、2019年北京各大重要行业地铁广告发展分析134
- 三、2019年北京地铁广告业发展存在的问题分析135
- 四、2019年北京地铁广告业发展情况分析137

第二节上海138

- 一、2019年上海市地铁广告业发展特点分析138
- 二、2019年上海地铁广告业的效益优势分析138
- 三、2019年地铁广告公司经营状况及策略分析139
- 四、2019年上海地铁广告业发展情况分析140

第三节广东140

- 一、2019年地铁广告业发展阶段分析140
- 二、2019年地铁广告业发展状况综合分析140
- 三、2019年地铁广告业竞争状况分析141
- 四、2019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2019年中国各种广告形式市场竞争综合分析143

- 一、2019年地铁广告与传统广告行业竞争分析143
- 二、2019年新媒体对地铁广告的压力144
- 三、2019年中国广告业界软硬广告竞争分析145
- 四、2016-2019年央视重点时段广告竞争分析148

五、2016-2019年移动广告行业竞争形势分析150

第二节2019年中国地铁广告业竞争状况分析151

一、2019年中国地铁广告品牌竞争分析151

二、2019年中国地铁广告价格竞争分析152

三、2019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、2019年地铁广告市场增长潜力分析155

二、2019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、2020-2026年我国地铁广告市场竞争趋势158

四、2020-2026年地铁广告行业竞争格局展望159

五、2020-2026年地铁广告行业竞争策略分析159

六、2020-2026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、2016-2019年经营状况162

四、2020-2026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、2016-2019年经营状况169

四、2020-2026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、2016-2019年经营状况177

四、2020-2026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、2016-2019年经营状况184

四、2020-2026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、2016-2019年经营状况192

四、2020-2026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、2016-2019年经营状况199

四、2020-2026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、2016-2019年经营状况214

四、2020-2026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、2016-2019年经营状况221

四、2020-2026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、2016-2019年经营状况228

四、2020-2026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、2019年中国广告市场趋势解析242

三、2020-2026年中国广告行业发展前景244

四、2016-2019年中国对全球广告市场的推动245

五、2019年中国广告市场发展新媒体趋势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2020-2026年国际地铁广告市场预测252

一、2020-2026年全球地铁广告行业供给预测252

二、2020-2026年全球地铁广告市场需求前景252

三、2020-2026年全球地铁广告市场价格预测253

第二节2020-2026年国内地铁广告市场预测253

一、2020-2026年国内地铁广告行业供给预测253

二、2020-2026年国内地铁广告行业规模预测254

三、2020-2026年国内地铁广告市场需求前景254

四、2020-2026年国内地铁广告市场价格预测255

五、2020-2026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2019年地铁广告行业投资情况分析256

一、2019年总体投资及结构256

二、2019年投资规模情况256

三、2019年投资增速情况257

四、2019年分地区投资分析257

五、2019年外商投资情况258

第二节2019年地铁广告行业投资情况分析258

一、2019年总体投资及结构258

二、2019年投资规模情况259

三、2019年投资增速情况259

四、2019年分地区投资分析260

五、2019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、2016-2019年我国宏观经济运行情况263

二、2020-2026年我国宏观经济形势分析286

三、2020-2026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、2019年地铁广告行业政策环境292

二、2019年国内宏观政策对其影响296

三、2019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、2019年社会环境发展分析302

三、2020-2026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、2016-2019年地铁广告行业投资状况分析305

- 二、2020-2026年地铁广告行业投资效益分析305
- 三、2020-2026年地铁广告行业投资趋势预测306
- 四、2020-2026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、2020-2026年影响地铁广告行业运行的有利因素分析307
 - 二、2020-2026年影响地铁广告行业运行的稳定因素分析309
 - 三、2020-2026年影响地铁广告行业运行的不利因素分析309
 - 四、2020-2026年我国地铁广告行业发展面临的挑战分析311
 - 五、2020-2026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、2020-2026年地铁广告行业市场风险及控制策略312
 - 二、2020-2026年地铁广告行业政策风险及控制策略313
 - 三、2020-2026年地铁广告行业经营风险及控制策略314
 - 四、2020-2026年地铁广告行业技术风险及控制策略315
 - 五、2020-2026年地铁广告同业竞争风险及控制策略316
 - 六、2020-2026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

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、2019年广告行业投资战略	329
二、2019年我国地铁广告行业投资战略	330
三、2020-2026年地铁广告行业投资战略	331
四、2020-2026年细分行业投资战略	332

部分图表目录:

图表1	2014-2019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3	2019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7	2010-2019年分众传媒控股有限公司资产负债率变化情况	162
图表8	2010-2019年分众传媒控股有限公司资产负债率变化情况	162
表格9	2010-2019年分众传媒控股有限公司产权比率变化情况	163
图表10	2010-2019年分众传媒控股有限公司产权比率变化情况	163
表格11	2010-2019年分众传媒控股有限公司固定资产周转次数情况	164
图表12	2010-2019年分众传媒控股有限公司固定资产周转次数情况	164
表格13	2010-2019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14	2010-2019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15	2010-2019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16	2010-2019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17	2010-2019年分众传媒控股有限公司销售毛利率变化情况	167
图表18	2010-2019年分众传媒控股有限公司销售毛利率变化情况	167
表格19	2010-2019年华视传媒集团有限公司资产负债率变化情况	169
图表20	2010-2019年华视传媒集团有限公司资产负债率变化情况	169
表格21	2010-2019年华视传媒集团有限公司产权比率变化情况	170
图表22	2010-2019年华视传媒集团有限公司产权比率变化情况	170
表格23	2010-2019年华视传媒集团有限公司固定资产周转次数情况	171

图表242010-2019年华视传媒集团有限公司固定资产周转次数情况171

表格252010-2019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：<http://www.cction.com/report/202003/157659.html>