

# 2022-2028年中国地铁广告 市场深度评估与投资战略报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

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

## 一、报告报价

《2022-2028年中国地铁广告市场深度评估与投资战略报告》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/202201/262024.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

随着经济的发展与科技的进步，地铁广告媒体在整个户外广告的大军中卓越地凸显了自身的优势。新型媒介的不断涌现，媒体形式的多样性，从指引类常规媒体、覆盖类非常规媒体的应用到数字广告系统的投入使用，都对广告的传播效果起到了巨大的作用。

在地铁空间中，指引类常规媒体制作技术简单、利于宣传，主要是指站台、站厅及通道内的12封、4封/6封、24封超级灯箱与站台看板。其形象表现多采用产品的照片构成特定的情景或者利用模特展示产品的性能，此外还通过与同质产品的比对，突出自身的优势。截至2018年底，我国已开通运营154条地铁、磁悬浮和APM线路，总里程4422公里。地铁运营线路数量前五的城市分别是北京、上海、广州、南京、武汉。2013~2018年中国地铁运营里程走势

中企顾问网发布的《2022-2028年中国地铁广告市场深度评估与投资战略报告》共十六章。首先介绍了中国地铁广告行业市场发展环境、地铁广告整体运行态势等，接着分析了中国地铁广告行业市场运行的现状，然后介绍了地铁广告市场竞争格局。随后，报告对地铁广告做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国地铁广告行业发展趋势与投资预测。若您想对地铁广告产业有个系统的了解或者想投资中国地铁广告行业，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局数据，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：第一章 全球地铁广告行业发展分析第一节 国际广告行业发展情况分析一、2015-2019年全球广告经营情况分析二、2019年世界广告业排名状况分析三、2019年世界广告业发展情况分析第二节 世界地铁广告行业市场状况分析一、2019年世界地铁广告产业发展现状调研二、2019年国际地铁广告产业发展态势三、2019年国际地铁广告市场需求分析四、2019年全球地铁广告行业挑战与机会第三节 部分国家地区地铁广告行业发展情况分析一、2015-2019年美国地铁广告行业发展分析二、2015-2019年欧洲地铁广告行业发展分析三、2015-2019年日本地铁广告行业发展分析四、2015-2019年韩国地铁广告行业发展分析 第二章 我国地铁广告行业发展现状调研第一节 中国地铁广告行业发展概述一、中国地铁广告发展历程二、中国地铁广告的产品类别三、中国的地铁广告产业的整合分析四、跨行业合作形势下地铁广告的优势第二节 我国地铁广告行业发展情况分析一、2019年中国地铁广告行业发展回顾二、2019年地铁广告行业发展情况分析三、2019年我国地铁广告市场特点分析四、2019年我国地铁广告市场发展分析第三节 中国地铁广告行业供需分析一、2019年中国地铁广告市场供给总量分析二、2019年中国地铁广告市场供给结构分析三

、2019年中国地铁广告市场需求总量分析四、2019年中国地铁广告市场需求结构分析五、2019年中国地铁广告市场供需平衡分析 第三章 中国地铁广告受众及投放分析第一节 地铁广告的投放原因及特点一、投放地铁广告的原因二、地铁广告在广告媒体中的地位三、地铁广告接受度情况分析四、制约地铁广告发展的瓶颈第二节 地铁广告受众分析一、受众接触地铁广告的黄金时间二、受众最感兴趣的广告形式三、受众最感兴趣的广告内容第三节 影响地铁广告投放的要素分析一、影响地铁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、媒体组合能提高地铁广告可信度四、消费热点决定记忆程度 第四章 地铁广告主要形式发展分析第一节 车载电视一、车载电视的介绍二、车载电视广告的优势三、车载电视广告的关注度四、2015-2019年车载电视广告发展分析第二节 站台pis一、站台pis的介绍二、站台pis广告的优势三、站台pis广告的关注度四、2015-2019年站台pis发展分析第三节 地铁led数字媒体一、地铁led数字媒体的介绍二、地铁led数字媒体广告的优势三、地铁led数字媒体广告的关注度四、2015-2019年地铁led数字媒体发展分析第四节 车厢内海报一、车厢内海报的介绍二、车厢内海报广告的优势三、车厢内海报广告的关注度四、2015-2019年车厢内海报广告发展分析第五节 灯箱广告发展分析一、灯箱广告的介绍二、灯箱广告的优势三、灯箱广告的关注度四、2015-2019年灯箱广告发展分析 第五章 中国地铁广告行业区域市场分析第一节 2019年华北地区地铁广告行业分析一、2015-2019年行业发展现状分析二、2015-2019年市场规模情况分析三、2022-2028年市场需求情况分析四、2022-2028年行业发展前景预测分析五、2022-2028年行业投资风险预测分析第二节 2019年东北地区地铁广告行业分析一、2015-2019年行业发展现状分析二、2015-2019年市场规模情况分析三、2022-2028年市场需求情况分析四、2022-2028年行业发展前景预测分析五、2022-2028年行业投资风险预测分析第三节 2019年华东地区地铁广告行业分析一、2015-2019年行业发展现状分析二、2015-2019年市场规模情况分析三、2022-2028年市场需求情况分析四、2022-2028年行业发展前景预测分析五、2022-2028年行业投资风险预测分析第四节 2019年华南地区地铁广告行业分析一、2015-2019年行业发展现状分析二、2015-2019年市场规模情况分析三、2022-2028年市场需求情况分析四、2022-2028年行业发展前景预测分析五、2022-2028年行业投资风险预测分析第五节 2019年华中地区地铁广告行业分析一、2015-2019年行业发展现状分析二、2015-2019年市场规模情况分析三、2022-2028年市场需求情况分析四、2022-2028年行业发展前景预测分析五、2022-2028年行业投资风险预测分析第六节 2019年西南地区地铁广告行业分析一、2015-2019年行业发展现状分析二、2015-2019年市场规模情况分析三、2022-2028年市场需求情况分析四、2022-2028年行业发展前景预测分析五、2022-2028年行业投资风险预测分析第七节 2019年西北地区地铁广告行业分析一、2015-2019年行业发展现状分析二、2015-2019年市场规模情况分析三、2022-2028年市场需求情况分析四、2022-2028年行业发展前景预测分析五、2022-2028年行业投资风险预测分析 第六

章 地铁广告行业投资与发展前景预测第一节 2019年地铁广告行业投资情况分析一、2019年总体投资结构二、2019年投资规模状况分析三、2019年投资增速状况分析四、2019年分行业投资分析五、2019年分地区投资分析第二节 地铁广告行业投资机会分析一、地铁广告投资项目分析二、可以投资的地铁广告模式三、2020年地铁广告投资机会四、2019年地铁广告细分行业投资机会五、2020年地铁广告投资新方向第三节 地铁广告行业发展前景预测一、地铁广告市场发展前景预测二、我国地铁广告市场蕴藏的商机三、媒体竞合下地铁广告市场的发展前景四、2022-2028年地铁广告市场面临的发展商机 第七章 地铁广告行业竞争格局分析第一节 地铁广告行业集中度分析一、地铁广告市场集中度分析二、地铁广告企业集中度分析三、地铁广告区域集中度分析第二节 地铁广告行业主要企业竞争力分析一、重点企业资产总计对比分析二、重点企业从业人员对比分析三、重点企业全年营业收入对比分析四、重点企业利润总额对比分析五、重点企业综合竞争力对比分析第三节 地铁广告行业竞争格局分析一、2019年地铁广告行业竞争分析二、2019年中外地铁广告产品竞争分析三、2015-2019年国内外地铁广告竞争分析四、2015-2019年我国地铁广告市场竞争分析五、2015-2019年我国地铁广告市场集中度分析六、2022-2028年国内主要地铁广告企业动向 第八章 2022-2028年中国地铁广告行业发展形势分析第一节 地铁广告行业发展概况一、地铁广告行业发展特点分析二、地铁广告行业投资现状分析三、地铁广告行业总产值分析四、地铁广告行业技术发展分析第二节 2015-2019年地铁广告行业市场情况分析一、地铁广告行业市场发展分析二、地铁广告市场存在的问题三、地铁广告市场规模分析第三节 2015-2019年地铁广告供需状况分析一、地铁广告供给分析二、地铁广告需求分析三、地铁广告市场供需状况分析 第九章 中国地铁广告所属行业整体运行指标分析第一节 2019年中国地铁广告所属行业总体规模分析一、企业数量结构分析二、行业生产规模分析第二节 2019年中国地铁广告所属行业产销分析一、行业生产情况总体分析二、行业销售收入总体分析第三节 2019年年中国地铁广告所属行业财务指标总体分析一、行业盈利能力分析二、行业偿债能力分析三、行业营运能力分析四、行业发展能力分析 第十章 地铁广告所属行业赢利水平分析第一节 所属行业成本分析一、2015-2019年地铁广告所属行业成本价格走势二、2015-2019年地铁广告所属行业人工成本分析第二节 所属行业盈利水平分析一、2015-2019年地铁广告所属行业价格走势二、2015-2019年地铁广告所属行业营业收入状况分析三、2015-2019年地铁广告所属行业毛利率状况分析四、2015-2019年地铁广告所属行业赢利能力五、2015-2019年地铁广告所属行业赢利水平六、2022-2028年地铁广告所属行业赢利预测分析 第十一章 地铁广告所属行业盈利能力分析第一节 2019年中国地铁广告所属行业利润总额分析一、利润总额分析二、不同规模企业利润总额比较分析三、不同所有制企业利润总额比较分析第二节 2019年中国地铁广告所属行业销售利润率一、销售利润率分析二、不同规模企业销售利润率比较分析三、不同所有制企业销售利润率比较分析第三节 2019年中国地铁广

告所属行业总资产利润率分析一、总资产利润率分析二、不同规模企业总资产利润率比较分析三、不同所有制企业总资产利润率比较分析

第四节 2019年中国地铁广告所属行业产值利税率分析一、产值利税率分析二、不同规模企业产值利税率比较分析三、不同所有制企业产值利税率比较分析

第十二章 地铁广告重点企业发展分析

第一节 分众传媒控股有限公司一、企业概况二、竞争优势分析三、经营情况分析四、发展战略

第二节 华视传媒集团有限公司一、企业概况二、竞争优势分析三、经营情况分析四、发展战略

第三节 航美传媒集团有限公司一、企业概况二、竞争优势分析三、经营情况分析四、发展战略

第四节 海南白马广告媒体投资有限公司一、企业概况二、竞争优势分析三、经营情况分析四、发展战略

第五节 德高中国集团有限公司一、企业概况二、竞争优势分析三、经营情况分析四、发展战略

第六节 tom集团有限公司一、企业概况二、竞争优势分析三、经营情况分析四、发展战略

第七节 北京地下铁道通成广告有限公司一、企业概况二、竞争优势分析三、经营情况分析四、发展战略

第八节 上海雅仕维广告有限公司一、企业概况二、竞争优势分析三、经营情况分析四、发展战略

第九节 上海机场德高动量广告公司一、企业概况二、竞争优势分析三、经营情况分析四、发展战略

第十节 北京巴士传媒股份有限公司一、企业概况二、竞争优势分析三、经营情况分析四、发展战略

第十三章 地铁广告行业投资策略分析

第一节 行业发展特征一、行业的周期性二、行业的区域性三、行业的上下游四、行业经营模式

第二节 行业投资形势分析一、行业发展格局二、行业进入壁垒三、行业swot分析四、行业五力模型分析

第三节 地铁广告行业投资效益分析一、2019年地铁广告行业投资状况分析二、2019年地铁广告行业投资效益分析三、2022-2028年地铁广告行业投资方向四、2022-2028年地铁广告行业投资建议

第四节 地铁广告行业投资策略研究一、2019年地铁广告行业投资策略二、2022-2028年地铁广告行业投资策略三、2022-2028年地铁广告细分行业投资策略

第十四章 地铁广告行业投资风险预警

第一节 影响地铁广告行业发展的主要因素一、2019年影响地铁广告行业运行的有利因素二、2019年影响地铁广告行业运行的稳定因素三、2019年影响地铁广告行业运行的不利因素四、2019年我国地铁广告行业发展面临的挑战五、2019年我国地铁广告行业发展面临的机遇

第二节 地铁广告行业投资风险预警一、2022-2028年地铁广告行业市场风险预测分析二、2022-2028年地铁广告行业政策风险预测分析三、2022-2028年地铁广告行业经营风险预测分析四、2022-2028年地铁广告行业技术风险预测分析五、2022-2028年地铁广告行业竞争风险预测分析六、2022-2028年地铁广告行业其他风险预测分析

第十五章 地铁广告行业发展趋势预测

第一节 2022-2028年中国地铁广告市场趋势预测一、2015-2019年我国地铁广告市场趋势总结二、2022-2028年我国地铁广告发展趋势预测

城市的地铁路线通常有庞大及稳定的客运量。作为消费者日常生活的一部分，地铁为广告客户提供许多投放广告机会。越来越多地铁站的空间被留作广告，产生自该业务的收入也逐渐增加。目前，一线城市的地铁规划和建设已经基本完成。因此，地铁

广告产业也主要在一线城市集中发展。目前，随着二、三线城市也开始大力发展轨道交通产业，地铁广告必将收益，获得更大的市场潜力。中国地铁广告发展趋势如下： 1 内容趋向以商业性为主，兼顾公益性和地方特色 2 新技术推动由单向传播向互动过渡 3 营销趋势带动全方位、立体传播潮流

第二节 2022-2028年地铁广告产品发展趋势预测一、2022-2028年地铁广告产品技术趋势预测二、2022-2028年地铁广告产品价格趋势预测

第三节 2022-2028年中国地铁广告行业供需预测分析一、2015-2019年中国地铁广告供给预测分析二、2022-2028年中国地铁广告需求预测分析三、2022-2028年中国地铁广告价格预测分析

第四节 2022-2028年地铁广告行业规划建议一、地铁广告行业“十三五”整体规划

第十六章 企业管理策略建议

第一节 市场策略分析（一）一、地铁广告价格策略分析二、地铁广告渠道策略分析

第二节 销售策略分析一、媒介选择策略分析二、产品定位策略分析三、企业宣传策略分析

第三节 提高地铁广告企业竞争力的策略一、提高中国地铁广告企业核心竞争力的对策二、地铁广告企业提升竞争力的主要方向三、影响地铁广告企业核心竞争力的因素及提升途径四、提高地铁广告企业竞争力的策略

第四节 我国地铁广告品牌的战略思考一、地铁广告实施品牌战略的意义二、地铁广告企业品牌的现状分析三、我国地铁广告企业的品牌战略四、地铁广告品牌战略管理的策略（一）

图表目录：图表 地铁广告产业链分析图表 地铁广告行业生命周期图表 2015-2019年中国地铁广告行业市场规模图表 2015-2019年全球地铁广告产业市场规模图表 2015-2019年地铁广告重要数据指标比较图表 2015-2019年中国地铁广告行业销售情况分析图表 2015-2019年中国地铁广告行业利润情况分析图表 2015-2019年中国地铁广告行业资产情况分析图表 2015-2019年中国地铁广告竞争力分析图表 2022-2028年中国地铁广告市场前景预测分析图表 2022-2028年中国地铁广告市场价格走势预测分析图表 2022-2028年中国地铁广告发展前景预测分析图表 2019年全球四大地铁广告集团市场份额图表 全球主流媒体地铁广告支出预测（报纸、杂志、电视、广播、电影、户外、互联网）图表 2015-2019年间全球10大地铁广告支出国的市场份额增长速度图表 2019年美国各类地铁广告收入比例图表 中国历年主要行业地铁广告支出图表 2019年全球地铁广告公司收入排名图表 2015-2019年美国地铁广告市场规模增长趋势图图表 2015-2019年美国地铁广告市场规模及预测分析图表 2015-2019年日本主要媒体地铁广告市场规模图表 2015-2019年日本主要媒体地铁广告市场规模变动状况分析图表 2015-2019年日本地铁广告市场规模及预测分析更多图表请见正文&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202201/262024.html>