

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>