

2016-2022年中国地铁广告行业市场运营态势及投资前景预测报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2016-2022年中国地铁广告行业市场运营态势及投资前景预测报告》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.huaon.com/detail/284898.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.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

在地铁范围内设置的各种广告统称地铁广告。其形式有十二封灯箱、四封通道海报、特殊位灯箱、扶梯、车厢内海报、隧道区间内LED等。其特点是人流集中、受注目程度高，能够增加产品的认知度。

地铁作为一个现代和特殊的交通类广告载体，兼有普通户外交通媒体与室内POP、灯箱媒体的传播特性，其优势是非常明显的。然而，一方面地铁经济的如火如荼，另一方面地铁广告却显得有些创意不足。从广告主的角度看，相当部分广告主未能充分认识到地铁的优势。随着经济水平的提高，越来越多的人在出行时将优先考虑地铁。从广告公司的角度看，主观上国内广告公司入门门槛低，数量多，水平参差不齐，很多广告公司对地铁这种媒体缺乏研究，自然也就无法为客户进行广告投放了；客观上地铁作为一个新兴媒体，其发展过程比较短，国内广告公司在这方面积累的经验不多。

地铁为代表的城市轨道交通快速发展，城轨投资迎来高峰期。截至2015年底，全国已开通城规交通运营的城市已达26个（新增南昌、兰州、青岛、淮安4个），地铁运营线路达到85条，运营线路总长达到2658公里。根据国家发改委数据显示，自2015年以来，共批复北京、天津、深圳、大连、南京、武汉、济南、石家庄、成都、南宁、呼和浩特、南昌、长春共13个城市的地铁近期建设或调整规划，总投资高达10192亿元，2015年全年投资3000亿。据统计，目前全国共有39个城市获批修建地铁，已包括绝大部分的一二线城市，甚至连徐州、南通这两座传统意义上的三线城市也先后获得批复。2010-2015年全国地铁运营线路数

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：

第一部分行业发展现状 24

第一章地铁广告行业发展概述 24

第一节广告简介 24

一、广告的概念 24

二、广告的本质特点和要素 26

三、广告的分类和主要形式 26

四、广告媒体简介 28

第二节地铁广告 30

- 一、地铁广告的概念 30
- 二、地铁广告的划分 30
- 三、地铁广告的主要功能 31
- 四、地铁广告媒体 33
- 五、地铁广告的特征 33

第二章国外广告行业发展分析 35

第一节世界广告行业发展概况 35

- 一、2014-2016年全球广告经营状况 35
- 二、2016年世界广告业排名状况分析 36
- 三、2014-2016年世界广告业发展状况 39

第二节2016年世界广告业发展状况分析 41

- 一、2016年世界广告业发展规模分析 41
- 二、2016年世界广告业发展特点分析 42
- 三、2016年世界广告发展存在的问题 43
- 四、2016年世界广告企业竞争分析 45

第三节全球广告市场分析 45

- 一、全球广告市场格局分析 45
- 二、2016年戛纳广告节的开展情况 49
- 三、2014-2016年全球广告支出情况分析 50
- 四、2016年全球地铁广告开支额 52
- 五、2016年欧债危机对广告行业的冲击 52
- 六、2014-2016年中国对全球广告市场的贡献 53

第四节 2016-2022年世界广告业发展趋势分析 53

- 一、世界广告发展新趋势变化 53
- 二、地铁广告发展前景分析 57
- 三、2016年全球广告支出增长预测 58
- 四、2014-2016年全球广告预算情况 60
- 五、2016-2022年广告行业发展前景 60

第三章世界地铁广告业发展分析 64

第一节2016年世界地铁广告业发展分析 64

- 一、2016年美国地铁广告业发展分析 64
- 二、2016年日本地铁广告业发展分析 65
- 三、2016年俄罗斯地铁广告业发展分析 66

第二节2016年世界地铁广告市场需求分析 67

一、2016年世界地铁广告市场需求量分析 67

二、2016年世界地铁广告策划分析 67

三、2016年国外企业进军中国市场情况 68

四、2016年世界地铁广告业竞争分析 69

第三节 2016-2022年世界地铁广告市场发展趋势分析 70

一、世界地铁广告区域发展 70

二、世界轨道交通发展趋势 70

第四章我国广告行业发展现状 75

第一节中国广告行业综合状况分析 75

一、中国本土广告业发展现状 75

二、中国广告产业在外资重压下发展 78

三、中国本土广告公司的swot分析 80

四、国家政策促进广告业发展 84

第二节我国广告市场发展分析 98

一、2014-2016年中国广告发展现状 98

随着1979年我国现代广告业市场的重新起步，广告行业显示出强劲的活力。近年来，我国广告市场规模快速稳定增长，2014年已经成为全球第二大广告市场。2001-2015年，我国广告市场规模由794.89亿元增长到5,973.41亿元，年均复合增长率达到14.32%，远高于同期GDP的增长速度。

我国广告市场的规模及增速

二、2016年内地广告市场规模分析 98

三、2016年中国广告市场价值分析 100

四、2016年中国广告市场的投放额 101

五、2016年广告行业人才供求情况 102

六、2016年广告市场面临的挑战 104

第三节我国广告市场规范情况 106

一、2016年中国查处广告案件情况 106

二、2016年广告业存在的主要问题探讨 106

三、2016年中国广告行业新的自律规则 108

四、2016年广告行业结盟维护创意版权 108

第五章我国地铁广告行业发展分析 109

第一节中国地铁广告行业概况	109
一、中国地铁广告发展历程	109
二、中国地铁广告的产品类别	109
三、中国的地铁广告产业的整合分析	110
四、跨行业合作形势下地铁广告的优势	110
第二节中国地铁广告市场发展现状	111
一、地铁广告的投放特点	111
二、地铁广告对用户消费的影响	111
三、地铁广告发展形式分析	112
四、地铁广告规范情况分析	112
五、针对地铁广告存在问题的对策	113
六、我国主要城市地铁广告发展策略	115
第三节地铁广告市场空间分析	115
一、2016年中国地铁广告市场规模	115
二、2016年地铁广告市场规模预测	115
第四节中国地铁广告的相关政策分析	116
一、法律因素在地铁广告发展中的作用	116
二、地铁广告在高速发展中趋于健全规范	120
三、地铁广告规范与发展的法律策略分析	120
第六章中国地铁广告受众及投放分析	121
第一节地铁广告的投放原因及特点	121
一、投放地铁广告的原因	121
二、地铁广告在广告媒体中的地位	121
三、地铁广告接受度情况分析	122
四、制约地铁广告发展的瓶颈	122
第二节地铁广告受众分析	123
一、受众接触地铁广告的黄金时间	123
二、受众最感兴趣的广告形式	123
三、受众最感兴趣的广告内容	124
第三节影响地铁广告投放的要素分析	126
一、影响地铁广告投放宏观因素分析	126
二、吸引受众的最重要的要素	126
三、消费热点决定记忆程度	128
四、地铁广告投放策略建议	128

第七章地铁广告主要形式发展分析 130

第一节车载电视 130

- 一、车载电视的介绍 130
- 二、车载电视广告的优势 130
- 三、2014-2016年车载电视广告发展分析 133

第二节站台pis 134

- 一、站台pis的介绍 134
- 二、站台pis广告的优势 135
- 三、2014-2016年站台pis发展分析 135

第三节地铁led数字媒体 136

- 一、地铁led数字媒体的介绍 136
- 二、地铁led数字媒体广告的优势 137
- 三、地铁led数字媒体广告的关注度 137
- 四、2014-2016年地铁led数字媒体发展分析 138

第四节车厢内海报 138

- 一、车厢内海报的介绍 138
- 二、车厢内海报广告的优势 139
- 三、车厢内海报广告的关注度 139
- 四、2014-2016年车厢内海报广告发展分析 139

第五节灯箱广告发展分析 140

- 一、灯箱广告的介绍 140
- 二、灯箱广告的优势 141
- 三、灯箱广告的关注度 142
- 四、2014-2016年灯箱广告发展分析 143

第二部分行业竞争格局 145

第八章地铁广告区域市场竞争力比较 145

第一节北京 145

- 一、2016年伦敦奥运地铁广告全面启动 145
- 二、2016年北京各大重要行业地铁广告发展分析 145
- 三、2016年北京地铁广告业发展存在的问题分析 146
- 四、2016年北京地铁广告业发展情况分析 148

第二节上海 149

- 一、2014上海市地铁广告业发展特点分析 149

- 二、2016年上海地铁广告业的效益优势分析 149
- 三、2016年地铁广告公司经营状况及策略分析 150
- 四、2016年上海地铁广告业发展情况分析 150
- 第三节广东 151
 - 一、2016年地铁广告业发展阶段分析 151
 - 二、2016年地铁广告业发展状况综合分析 151
 - 三、2016年地铁广告业竞争状况分析 152
 - 四、2016年广东地铁广告业发展分析 153

第九章中国地铁广告市场竞争分析 154

- 第一节2016年中国各种广告形式市场竞争综合分析 154
 - 一、2016年地铁广告与传统广告行业竞争分析 154
 - 二、2016年新媒体对地铁广告的压力 155
 - 三、2016年中国广告业界软硬广告竞争分析 156
 - 四、2014-2016年央视重点时段广告竞争分析 159
 - 五、2014-2016年移动广告行业竞争形势分析 162
- 第二节2016年中国地铁广告业竞争状况分析 163
 - 一、2016年中国地铁广告品牌竞争分析 163
 - 二、2016年中国地铁广告价格竞争分析 165
 - 三、2016年中国地铁广告竞争战略分析 165

第十章地铁广告企业竞争策略分析 167

- 第一节地铁广告市场竞争策略分析 167
 - 一、2016年地铁广告市场增长潜力分析 167
 - 二、2016年地铁广告主要潜力品种分析 168
 - 三、现有地铁广告产品竞争策略分析 168
 - 四、潜力地铁广告品种竞争策略选择 169
 - 五、典型企业产品竞争策略分析 169
- 第二节地铁广告企业竞争策略分析 170
 - 一、欧债危机对地铁广告行业竞争格局的影响 170
 - 二、欧债危机后地铁广告行业竞争格局的变化 170
 - 三、2016-2022年我国地铁广告市场竞争趋势 170
 - 四、2016-2022年地铁广告行业竞争格局展望 171
 - 五、2016-2022年地铁广告行业竞争策略分析 171
 - 六、2016-2022年地铁广告企业竞争策略分析 172

第十一章地铁广告重点企业竞争分析	173
第一节分众传媒控股有限公司	173
一、企业概况	173
二、竞争优势分析	173
三、2014-2016年经营状况	174
(一) 企业偿债能力分析	174
(二) 企业运营能力分析	176
(三) 企业盈利能力分析	178
四、2016-2022年发展战略	179
第二节华视传媒集团有限公司	180
一、企业概况	180
二、竞争优势分析	180
三、2014-2016年经营状况	180
(一) 企业偿债能力分析	180
(二) 企业运营能力分析	182
(三) 企业盈利能力分析	185
四、2016-2022年发展战略	186
第三节航美传媒集团有限公司	187
一、企业概况	187
二、竞争优势分析	187
三、2014-2016年经营状况	188
(一) 企业偿债能力分析	188
(二) 企业运营能力分析	190
(三) 企业盈利能力分析	193
四、2016-2022年发展战略	194
第四节海南白马广告媒体投资有限公司	195
一、企业概况	195
二、竞争优势分析	195
三、2014-2016年经营状况	196
(一) 企业偿债能力分析	196
(二) 企业运营能力分析	197
(三) 企业盈利能力分析	200
四、2016-2022年发展战略	201
第五节德高中国集团有限公司	202

- 一、企业概况 202
- 二、竞争优势分析 202
- 三、2014-2016年经营状况 203
 - (一) 企业偿债能力分析 203
 - (二) 企业运营能力分析 204
 - (三) 企业盈利能力分析 207
- 四、2016-2022年发展战略 208
- 第六节tom集团有限公司 209
 - 一、企业概况 209
 - 二、竞争优势分析 209
 - 三、2014-2016年经营状况 210
 - (一) 企业偿债能力分析 210
 - (二) 企业运营能力分析 212
 - (三) 企业盈利能力分析 214
 - 四、2016-2022年发展战略 215
- 第七节北京地下铁道通成广告有限公司 216
 - 一、企业概况 216
 - (一) 企业偿债能力分析 216
 - (二) 企业运营能力分析 218
 - (三) 企业盈利能力分析 221
 - 二、竞争优势分析 222
- 第八节上海雅仕维广告有限公司 223
 - 一、企业概况 223
 - 二、竞争优势分析 223
 - 三、2014-2016年经营状况 224
 - (一) 企业偿债能力分析 224
 - (二) 企业运营能力分析 225
 - (三) 企业盈利能力分析 228
 - 四、2016-2022年发展战略 229
- 第九节上海机场德高动量广告公司 230
 - 一、企业概况 230
 - 二、竞争优势分析 230
 - 三、2014-2016年经营状况 231
 - (一) 企业偿债能力分析 231
 - (二) 企业运营能力分析 232

- (三) 企业盈利能力分析 235
- 四、2016-2022年发展战略 236
- 第十节北京巴士传媒股份有限公司 237
 - 一、企业概况 237
 - 二、竞争优势分析 237
 - 三、2014-2016年经营状况 237
 - (一) 企业偿债能力分析 237
 - (二) 企业运营能力分析 239
 - (三) 企业盈利能力分析 242
 - 四、2016-2022年发展战略 243

- 第三部分行业前景预测 245
- 第十二章地铁广告行业发展趋势分析 245
- 第一节中国广告行业发展趋势分析 245
 - 一、中国广告业发展新动向 245
 - 二、2016年中国广告市场趋势解析 251
 - 三、2016-2022年中国广告行业发展前景 253
 - 四、2012-2016年中国对全球广告市场的推动 253
 - 五、2016年中国广告市场发展新媒体趋势 254
- 第二节中国地铁广告市场趋势前景分析 257
 - 一、中国地铁广告市场发展前景 257
 - 二、中国地铁广告市场潜力分析 258
 - 三、中国地铁广告发展趋势分析 259

- 第十三章未来地铁广告行业发展预测 260
- 第一节 2016-2022年国际地铁广告市场预测 260
 - 一、2016-2022年全球地铁广告行业供给预测 260
 - 二、2016-2022年全球地铁广告市场需求前景 260
 - 三、2016-2022年全球地铁广告市场价格预测 261
- 第二节 2016-2022年国内地铁广告市场预测 261
 - 一、2016-2022年国内地铁广告行业供给预测 261
 - 二、2016-2022年国内地铁广告行业规模预测 262
 - 三、2016-2022年国内地铁广告市场需求前景 262
 - 四、2016-2022年国内地铁广告市场价格预测 263
 - 五、2016-2022年国内地铁广告行业集中度预测 263

第四部分投资战略研究 264

第十四章地铁广告行业投资现状分析 264

第一节2014年地铁广告行业投资情况分析 264

一、2014年总体投资及结构 264

二、2014年投资规模情况 264

三、2014年投资增速情况 265

四、2014年分地区投资分析 266

五、2014年外商投资情况 266

第二节2016年地铁广告行业投资情况分析 267

一、2016年总体投资及结构 267

二、2016年投资规模情况 267

三、2016年投资增速情况 268

四、2016年分地区投资分析 269

五、2016年外商投资情况 270

第十五章地铁广告行业投资环境分析 271

第一节经济发展环境分析 271

一、2014-2016年我国宏观经济运行情况 271

二、2016-2022年我国宏观经济形势分析 281

三、2016-2022年投资趋势及其影响预测 285

第二节政策法规环境分析 285

一、2016年地铁广告行业政策环境 285

二、2016年国内宏观政策对其影响 289

三、2016年行业产业政策对其影响 289

第三节社会发展环境分析 291

一、国内社会环境发展现状 291

二、2016年社会环境发展分析 293

三、2016-2022年社会环境对行业的影响分析 298

第十六章地铁广告行业投资机会与风险 299

第一节地铁广告行业投资效益分析 299

一、2014-2016年地铁广告行业投资状况分析 299

二、2016-2022年地铁广告行业投资效益分析 299

三、2016-2022年地铁广告行业投资趋势预测 300

- 四、2016-2022年地铁广告行业的投资方向 300
- 五、投资建议 301
- 六、新进入者应注意的障碍因素分析 301
- 第二节影响地铁广告行业发展的主要因素 301
 - 一、2016-2022年影响地铁广告行业运行的有利因素分析 301
 - 二、2016-2022年影响地铁广告行业运行的稳定因素分析 303
 - 三、2016-2022年影响地铁广告行业运行的不利因素分析 303
 - 四、2016-2022年我国地铁广告行业发展面临的挑战分析 305
 - 五、2016-2022年我国地铁广告行业发展面临的机遇分析 306
- 第三节地铁广告行业投资风险及控制策略分析 306
 - 一、2016-2022年地铁广告行业市场风险及控制策略 306
 - 二、2016-2022年地铁广告行业政策风险及控制策略 307
 - 三、2016-2022年地铁广告行业经营风险及控制策略 308
 - 四、2016-2022年地铁广告行业技术风险及控制策略 309
 - 五、2016-2022年地铁广告同业竞争风险及控制策略 310
 - 六、2016-2022年地铁广告行业其他风险及控制策略 311
- 第十七章地铁广告行业投资战略研究 312
 - 第一节地铁广告行业发展战略研究 312
 - 一、战略综合规划 312
 - 二、技术开发战略 312
 - 三、业务组合战略 314
 - 四、区域战略规划 314
 - 五、产业战略规划 315
 - 六、营销品牌战略 315
 - 七、竞争战略规划 315
 - 第二节对我国地铁广告品牌的战略思考 317
 - 一、企业品牌的重要性 317
 - 二、地铁广告实施品牌战略的意义 318
 - 三、地铁广告企业品牌的现状分析 319
 - 四、我国地铁广告企业的品牌战略 320
 - 五、地铁广告品牌战略管理的策略 321
 - 第三节地铁广告行业投资战略研究 323
 - 一、2016年广告行业投资战略 323
 - 二、2016年我国地铁广告行业投资战略 324

三、2016-2022年地铁广告行业投资战略 325

四、2016-2022年细分行业投资战略 326

图表目录：

图表 1 全球十大广告市场发展趋势 39

图表 2 网络广告发展分析 40

图表 3 全球广告媒体播放时长 40

图表 4 主要媒体支出增长 50

图表 5 主要国家和地区广告支出 51

图表 6 广告支出增长趋势 58

图表 7 中国广告市场增长预测 75

图表 8 媒体广告投放 76

图表 9 各行业媒体广告投放 77

图表 10 广告品牌营销投资变化 77

图表 11 广告市场增长率 98

图表 12 广告市场规模分析 99

图表 13 网络广告市场预测 101

图表 14 各行业广告投放比例 102

图表 15 2011-2015年北京地铁广告各类媒体投放情况 111

图表 16 近3年分众传媒控股有限公司资产负债率变化情况 174

图表 17 近3年分众传媒控股有限公司产权比率变化情况 175

图表 18 近3年分众传媒控股有限公司固定资产周转次数情况 176

图表 19 近3年分众传媒控股有限公司流动资产周转次数变化情况 177

图表 20 近3年分众传媒控股有限公司总资产周转次数变化情况

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/284898.html>