

2015-2021年中国地铁广告产业发展现状及市场监测报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2015-2021年中国地铁广告产业发展现状及市场监测报告》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/176548.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

报告目录：

第一部分 行业发展现状

第一章 地铁广告行业发展概述 1

第一节 广告简介 1

一、广告的概念 1

二、广告的本质特点和要素 2

三、广告的分类和主要形式 5

四、广告媒体简介 15

第二节 地铁广告 22

一、地铁广告的概念 22

二、地铁广告的划分 23

三、地铁广告的主要功能 24

四、地铁广告媒体 25

五、地铁广告的特征 25

第二章 国外广告行业发展分析 27

第一节 世界广告行业发展概况 27

一、2012-2015年全球广告经营状况 27

二、2015年世界广告业排名状况分析 28

三、2012-2015年世界广告业发展状况 30

第二节 2015年世界广告业发展状况分析 31

一、2015年世界广告业发展规模分析 31

二、2015年世界广告业发展特点分析 35

三、2015年世界广告发展存在的问题 36

四、2015年世界广告企业竞争分析 37

第三节 全球广告市场分析 39

一、全球广告市场格局分析 39

二、2015年戛纳广告节的开展情况 46

三、2012-2015年全球广告支出情况分析 48

四、2015年全球地铁广告开支额 51

五、2015年欧债危机对广告行业的冲击 51

六、2012-2015年中国对全球广告市场的贡献 53

第四节 2015-2021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	54
三、2015年全球广告支出增长预测	55
四、2013-2015年全球广告预算情况	56
五、2015-2021年广告行业发展前景	57
第三章 世界地铁广告业发展分析	60
第一节 2015年世界地铁广告业发展分析	60
一、2015年美国地铁广告业发展分析	60
二、2015年日本地铁广告业发展分析	61
三、2015年俄罗斯地铁广告业发展分析	61
第二节 2015年世界地铁广告市场需求分析	62
一、2015年世界地铁广告市场需求量分析	62
二、2015年世界地铁广告策划分析	63
三、2015年国外企业进军中国市场情况	68
四、2015年世界地铁广告业竞争分析	70
第三节 2015-2021年世界地铁广告市场发展趋势分析	72
一、世界地铁广告区域发展	72
二、世界轨道交通发展趋势	72
第四章 我国广告行业发展现状	74
第一节 中国广告行业综合状况分析	74
一、中国本土广告业发展现状	74
二、中国广告产业在外资重压下发展	75
三、中国本土广告公司的swot分析	77
四、国家政策促进广告业发展	83
第二节 我国广告市场发展分析	84
一、2012-2015年中国广告发展现状	84
二、2015年内地广告市场规模分析	88
三、2015年中国广告市场价值分析	90
四、2015年中国广告市场的投放额	91
五、2015年广告行业人才供求情况	96
六、2015年广告市场面临的挑战	102
第三节 我国广告市场规范情况	105
一、2015年中国查处广告案件情况	105
二、2015年广告业存在的主要问题探讨	106
三、2015年中国广告行业新的自律规则	113
四、2015年广告行业结盟维护创意版权	118

第五章 我国地铁广告行业发展分析 125

第一节 中国地铁广告行业概况 125

- 一、中国地铁广告发展历程 125
- 二、中国地铁广告的产品类别 131
- 三、中国的地铁广告产业的整合分析 132
- 四、跨行业合作形势下地铁广告的优势 136

第二节 中国地铁广告市场发展现状 139

- 一、地铁广告的投放特点 139
- 二、地铁广告对用户消费的影响 140
- 三、地铁广告发展形式分析 147
- 四、地铁广告规范情况分析 149
- 五、针对地铁广告存在问题的对策 149
- 六、我国主要城市地铁广告发展策略 152

第三节 地铁广告市场空间分析 153

- 一、2015年中国地铁广告市场规模 153
- 二、2015年地铁广告市场规模预测 154

第四节 中国地铁广告的相关政策分析 155

- 一、法律因素在地铁广告发展中的作用 155
- 二、地铁广告在高速发展中趋于健全规范 156
- 三、地铁广告规范与发展的法律策略分析 157

第六章 中国地铁广告受众及投放分析 158

第一节 地铁广告的投放原因及特点 158

- 一、投放地铁广告的原因 158
- 二、地铁广告在广告媒体中的地位 158
- 三、地铁广告接受度情况分析 159
- 四、制约地铁广告发展的瓶颈 161

第二节 地铁广告受众分析 166

- 一、受众接触地铁广告的黄金时间 166
- 二、受众最感兴趣的广告形式 166
- 三、受众最感兴趣的广告内容 167

第三节 影响地铁广告投放的要素分析 169

- 一、影响地铁广告投放宏观因素分析 169
- 二、吸引受众的最重要的要素 171
- 三、消费热点决定记忆程度 172
- 四、地铁广告投放策略建议 173

第七章 地铁广告主要形式发展分析 175

第一节 车载电视 175

- 一、车载电视的介绍 175
- 二、车载电视广告的优势 175
- 三、2012-2015年车载电视广告发展分析 178

第二节 站台pis 184

- 一、站台pis的介绍 184
- 二、站台pis广告的优势 188
- 三、2012-2015年站台pis发展分析 188

第三节 地铁led数字媒体 190

- 一、地铁led数字媒体的介绍 190
- 二、地铁led数字媒体广告的优势 191
- 三、地铁led数字媒体广告的关注度 192
- 四、2012-2015年地铁led数字媒体发展分析 193

第四节 车厢内海报 195

- 一、车厢内海报的介绍 195
- 二、车厢内海报广告的优势 196
- 三、车厢内海报广告的关注度 196
- 四、2012-2015年车厢内海报广告发展分析 197

第五节 灯箱广告发展分析 198

- 一、灯箱广告的介绍 198
- 二、灯箱广告的优势 199
- 三、灯箱广告的关注度 200
- 四、2012-2015年灯箱广告发展分析 201

第二部分 行业竞争格局

第八章 地铁广告区域市场竞争力比较 204

第一节 北京 204

- 一、2015年伦敦奥运地铁广告全面启动 204
- 二、2015年北京各大重要行业地铁广告发展分析 205
- 三、2015年北京地铁广告业发展存在的问题分析 208
- 四、2015年北京地铁广告业发展情况分析 209

第二节 上海 213

- 一、2015年上海市地铁广告业发展特点分析 213
- 二、2015年上海地铁广告业的效益优势分析 214
- 三、2015年地铁广告公司经营状况及策略分析 215

四、2015年上海地铁广告业发展情况分析 216

第三节 广东 223

一、2015年地铁广告业发展阶段分析 223

二、2015年地铁广告业发展状况综合分析 223

三、2015年地铁广告业竞争状况分析 227

四、2015年广东地铁广告业发展分析 228

第九章 中国地铁广告市场竞争分析 259

第一节 2015年中国各种广告形式市场竞争综合分析 259

一、2015年地铁广告与传统广告行业竞争分析 259

二、2015年新媒体对地铁广告的压力 261

三、2015年中国广告业界软硬广告竞争分析 265

四、2012-2015年央视重点时段广告竞争分析 270

五、2012-2015年移动广告行业竞争形势分析 274

第二节 2015年中国地铁广告业竞争状况分析 279

一、2015年中国地铁广告品牌竞争分析 279

二、2015年中国地铁广告价格竞争分析 280

三、2015年中国地铁广告竞争战略分析 280

第十章 地铁广告企业竞争策略分析 282

第一节 地铁广告市场竞争策略分析 282

一、2015年地铁广告市场增长潜力分析 282

二、2015年地铁广告主要潜力品种分析 282

三、现有地铁广告产品竞争策略分析 282

四、潜力地铁广告品种竞争策略选择 283

五、典型企业产品竞争策略分析 285

第二节 地铁广告企业竞争策略分析 285

一、欧债危机对地铁广告行业竞争格局的影响 285

二、欧债危机后地铁广告行业竞争格局的变化 285

三、2015-2021年我国地铁广告市场竞争趋势 285

四、2015-2021年地铁广告行业竞争格局展望 286

五、2015-2021年地铁广告行业竞争策略分析 286

六、2015-2021年地铁广告企业竞争策略分析 287

第十一章 地铁广告重点企业竞争分析 294

第一节 分众传媒控股有限公司 294

一、企业概况 294

二、竞争优势分析 295

- 三、2012-2015年经营状况 298
- 四、2015-2021年发展战略 301
- 第二节 华视传媒集团有限公司 303
 - 一、企业概况 303
 - 二、竞争优势分析 303
 - 三、2012-2015年经营状况 305
 - 四、2015-2021年发展战略 308
- 第三节 航美传媒集团有限公司 310
 - 一、企业概况 310
 - 二、竞争优势分析 311
 - 三、2012-2015年经营状况 312
 - 四、2015-2021年发展战略 315
- 第四节 海南白马广告媒体投资有限公司 318
 - 一、企业概况 318
 - 二、竞争优势分析 319
 - 三、2012-2015年经营状况 319
 - 四、2015-2021年发展战略 322
- 第五节 德高中国集团有限公司 323
 - 一、企业概况 323
 - 二、竞争优势分析 324
 - 三、2012-2015年经营状况 325
 - 四、2015-2021年发展战略 326
- 第六节 tom集团有限公司 326
 - 一、企业概况 326
 - 二、竞争优势分析 327
 - 三、2012-2015年经营状况 328
 - 四、2015-2021年发展战略 329
- 第七节 北京地下铁道通成广告有限公司 329
 - 一、企业概况 329
 - 二、竞争优势分析 329
- 第八节 上海雅仕维广告有限公司 330
 - 一、企业概况 330
 - 二、竞争优势分析 330
 - 三、2012-2015年经营状况 330
 - 四、2015-2021年发展战略 331

第九节 上海机场德高动量广告公司 331

- 一、企业概况 331
- 二、竞争优势分析 331
- 三、2012-2015年经营状况 332
- 四、2015-2021年发展战略 332

第十节 北京巴士传媒股份有限公司 335

- 一、企业概况 335
- 二、竞争优势分析 336
- 三、2012-2015年经营状况 336
- 四、2015-2021年发展战略 339

第三部分 行业前景预测

第十二章 地铁广告行业发展趋势分析 341

第一节 中国广告行业发展趋势分析 341

- 一、中国广告业发展新动向 341
- 二、2015年中国广告市场趋势解析 349
- 三、2015-2021年中国广告行业发展前景 350
- 四、2011-2015年中国对全球广告市场的推动 352
- 五、2015年中国广告市场发展与新媒体趋势 354

第二节 中国地铁广告市场趋势前景分析 359

- 一、中国地铁广告市场发展前景 359
- 二、中国地铁广告市场潜力分析 360
- 三、中国地铁广告发展趋势分析 361

第十三章 未来地铁广告行业发展预测 363

第一节 2015-2021年国际地铁广告市场预测 363

- 一、2015-2021年全球地铁广告行业供给预测 363
- 二、2015-2021年全球地铁广告市场需求前景 364
- 三、2015-2021年全球地铁广告市场价格预测 365

第二节 2015-2021年国内地铁广告市场预测 366

- 一、2015-2021年国内地铁广告行业供给预测 366
- 二、2015-2021年国内地铁广告行业规模预测 366
- 三、2015-2021年国内地铁广告市场需求前景 367
- 四、2015-2021年国内地铁广告市场价格预测 368
- 五、2015-2021年国内地铁广告行业集中度预测 368

第四部分 投资战略研究

第十四章 地铁广告行业投资现状分析 369

第一节 2015年地铁广告行业投资情况分析 369

一、2015年总体投资及结构 369

二、2015年投资规模情况 369

三、2015年投资增速情况 369

四、2015年分地区投资分析 369

五、2015年外商投资情况 370

第二节 2015年地铁广告行业投资情况分析 370

一、2015年总体投资及结构 370

二、2015年投资规模情况 370

三、2015年投资增速情况 370

四、2015年地区投资分析 370

五、2015年外商投资情况 370

第十五章 地铁广告行业投资环境分析 371

第一节 经济发展环境分析 371

一、2012-2015年我国宏观经济运行情况 371

二、2015-2021年我国宏观经济形势分析 401

三、2015-2021年投资趋势及其影响预测 407

第二节 政策法规环境分析 412

一、2015年地铁广告行业政策环境 412

二、2015年国内宏观政策对其影响 424

三、2015年行业产业政策对其影响 429

第三节 社会发展环境分析 439

一、国内社会环境发展现状 439

二、2015年社会环境发展分析 439

三、2015-2021年社会环境对行业的影响分析 440

第十六章 地铁广告行业投资机会与风险 445

第一节 地铁广告行业投资效益分析 445

一、2012-2015年地铁广告行业投资状况分析 445

二、2015-2021年地铁广告行业投资效益分析 447

三、2015-2021年地铁广告行业投资趋势预测 450

四、2015-2021年地铁广告行业的投资方向 451

五、投资建议 452

六、新进入者应注意的障碍因素分析 453

第二节 影响地铁广告行业发展的主要因素 457

一、2015-2021年影响地铁广告行业运行的有利因素分析 457

- 二、2015-2021年影响地铁广告行业运行的稳定因素分析 457
- 三、2015-2021年影响地铁广告行业运行的不利因素分析 457
- 四、2015-2021年我国地铁广告行业发展面临的挑战分析 457
- 五、2015-2021年我国地铁广告行业发展面临的机遇分析 457
- 第三节 地铁广告行业投资风险及控制策略分析 458
 - 一、2015-2021年地铁广告行业市场风险及控制策略 458
 - 二、2015-2021年地铁广告行业政策风险及控制策略 458
 - 三、2015-2021年地铁广告行业经营风险及控制策略 459
 - 四、2015-2021年地铁广告行业技术风险及控制策略 460
 - 五、2015-2021年地铁广告同业竞争风险及控制策略 462
 - 六、2015-2021年地铁广告行业其他风险及控制策略 464
- 第十七章 地铁广告行业投资战略研究 465
 - 第一节 地铁广告行业发展战略研究 465
 - 一、战略综合规划 465
 - 二、技术开发战略 467
 - 三、业务组合战略 469
 - 四、区域战略规划 471
 - 五、产业战略规划 471
 - 六、营销品牌战略 472
 - 七、竞争战略规划 476
 - 第二节 对我国地铁广告品牌的战略思考 477
 - 一、企业品牌的重要性 477
 - 二、地铁广告实施品牌战略的意义 478
 - 三、地铁广告企业品牌的现状分析 479
 - 四、我国地铁广告企业的品牌战略 481
 - 五、地铁广告品牌战略管理的策略 483
 - 第三节 地铁广告行业投资战略研究 485
 - 一、2015年广告行业投资战略 485
 - 二、2015年我国地铁广告行业投资战略 486
 - 三、2015-2021年地铁广告行业投资战略 487
 - 四、2015-2021年细分行业投资战略 489

图表目录:

图表：2008-2015年美国在线视频广告市场增长情况 32

图表：2010-2015年全球移动广告支出及增长 33

- 图表：2011-2015年世界各国移动广告支出及增长 34
- 图表：2011-2015年世界各洲各地区移动广告支出及增长 35
- 图表：2015年一季度全球广告支出媒体份额 49
- 图表：2015年全球广告主提升社会化媒体广告预算 57
- 图表：2015年各种媒体广告投放比例 91
- 图表：2015年各种媒体广告投放增长情况 92
- 图表：2015年各地区广告投放比例 93
- 图表：2011-2015年广告投放前5行业对比 94
- 图表：2015年广告投放前5行业投放金额 94
- 图表：消费者主观立场在消费方面的影响 144
- 图表：费者购买商品的一般程序 146
- 图表：广告公司盈利分析图 147
- 图表：2011-2015年分众传媒控股有限公司利润表 298
- 图表：2011-2015年分众传媒控股有限公司资产负债表 299
- 图表：2011-2015年分众传媒控股有限公司现金流量表 300
- 图表：2011-2015年华视传媒集团有限公司利润表 305
- 图表：2015年第1季度华视传媒集团有限公司利润表 306
- 图表：2011-2015年华视传媒集团有限公司资产负债 306
- 图表：2015年第1季度华视传媒集团有限公司资产负债表 307
- 图表：2011-2015年华视传媒集团有限公司现金流量 307
- 图表：2011-2015年航美传媒集团有限公司利润表 312
- 图表：2015年第1季度航美传媒集团有限公司利润 313
- 图表：2011-2015年航美传媒集团有限公司资产负债表 313
- 图表：2015年第1季度航美传媒集团有限公司资产负债表 314
- 图表：2011-2015年航美传媒集团有限公司现金流量表 314
- 图表：2005-2015年白马户外媒体有限公司现金流量 319
- 图表：2006-2015年白马户外媒体有限公司财务 321
- 图表：2005-2015年白马户外媒体资产负债 321
- 图表：2006-2015年白马户外媒体损益表 322
- 图表：2015年北京巴士传媒股份有限公司按行业构成经营分析 336
- 图表：2015年北京巴士传媒股份有限公司按地区构成经营分析 336
- 图表：2012-2015年北京巴士传媒股份有限公司偿债能力分析 337
- 图表：2012-2015年北京巴士传媒股份有限公司资本结构分析 337
- 图表：2012-2015年北京巴士传媒股份有限公司经营效率分析 337
- 图表：2012-2015年北京巴士传媒股份有限公司获利能力分析 338

- 图表：2012-2015年发展能力分析 338
- 图表：2012-2015年北京巴士传媒股份有限公司现金流量分析 338
- 图表：2012-2015年北京巴士传媒股份有限公司投资收益分析 339
- 图表：2015-2021年各国广告业预测 353
- 图表：2015-2021年全球广告市场规模预测 363
- 图表：2015-2021年全球地铁广告市场规模预测 364
- 图表：2015年q2rtb平台购买的前贴片视频广告 365
- 图表：2015-2021年我国地铁广告市场规模预测 366
- 图表：2015-2021年我国广告市场规模预测 367
- 图表：2008-2015年中国gdp及增长率 372
- 图表：2008-2015年中国人均gdp及增长率 372
- 图表：2008-2015年中国城镇居民平均每人年收入 374
- 图表：2015年与2014年国民人均收入对比 375
- 图表：2015年城乡居民收入对比 377
- 图表：2014城市居民收入结构 377
- 图表：2014农村居民收入结构 378
- 图表：城乡居民收入增长率 378
- 图表：2008-2015年我国人均消费 380
- 图表：2008-2015年我国农村人均消费 380
- 图表：2008-2015年我国城镇人均消费 381
- 图表：2008-2015年城乡居民消费对比 381
- 图表：2008-2015年居民消费指数 382
- 图表：2008-2015年农村居民消费指数 382
- 图表：2008-2015年城镇居民消费指数 383
- 图表：东部城镇居民人均年消费 383
- 图表：中部城镇居民人均年消费 383
- 图表：西部城镇居民人均年消费 384
- 图表：东部城镇每百户耐用品拥有量 384
- 图表：中部城镇每百户耐用品拥有量 384
- 图表：西部城镇每百户耐用品拥有量 384
- 图表：东北部城镇每百户耐用品拥有量 385
- 图表：2008-2015年中国居民消费价格指数 386
- 图表：2008-2015年中国城市居民消费价格指数 387
- 图表：2008-2015年中国农村居民消费价格指数 387
- 图表：2011-2015年我国居民消费价格涨跌幅 388

- 图表：2009-2015年我国消费价格变化 388
- 图表：2008-2015年我国社会消费品零售总额及增长 391
- 图表：2010-2015年我国城镇社会消费品零售总额及增长 391
- 图表：2010-2015年我国乡村社会消费品零售总额及增长 392
- 图表：2010-2015年我国商品零售社会消费品零售总额及增长 392
- 图表：2011-2015年我国固定资产投资增速 393
- 图表：2015年我国分地区投资增速 394
- 图表：2011-2015年我国固定资产投资到位资金增速 395
- 图表：2015年我国固定资产投资数据 395
- 图表：2008-2015年全社会固定资产投资 398
- 图表：2008-2015年中国城镇固定资产投资 398
- 图表：2008-2015年中国贸易进出口总额 400
- 图表：2008-2015年中国贸易出口总额 400
- 图表：2008-2015年中国贸易进口总额 401
- 图表：2008-2015年中国贸易进出口顺差额 401
- 图表：2015年 中国宏观经济金融指标预测 406

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/176548.html>