

2018-2024年中国地铁广告未来趋势预测分析及投资规划研究建议报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2018-2024年中国地铁广告未来趋势预测分析及投资规划研究建议报告》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/358939.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

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。

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、2016-2017年全球广告经营状况34	二、2017年世界广告业排名状况分析34	
三、2016-2017年世界广告业发展状况37	第二节2017年世界广告业发展状况分析39	
一、2017年世界广告业发展规模分析39	二、2017年世界广告业发展特点分析40	
三、2017年世界广告发展存在的问题41	四、2017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、2016-2017年全球广告支出情况分析48	
四、2017年全球地铁广告开支额48	五、2017年欧债危机对广告行业的冲击49	
六、2016-2017年中国对全球广告市场的贡献49		
第四节2018-2024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、2017年全球广告支出增长预测55	
四、2016-2017年全球广告预算情况57	五、2018-2024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2017年世界地铁广告业发展分析61	
一、2017年美国地铁广告业发展分析61	二、2017年日本地铁广告业发展分析62	
三、2017年俄罗斯地铁广告业发展分析63	第二节2017年世界地铁广告市场需求分析64	
一、2017年世界地铁广告市场需求量分析64	二、2017年世界地铁广告策划分析64	
三、2017年国外企业进军中国市场情况65	四、2017年世界地铁广告业竞争分析66	
第三节2018-2024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、2016-2017年中国广告发展现状80	二、2017年内地广告市场规模分析81	
三、2017年中国广告市场价值分析81	四、2017年中国广告市场的投放额90	
五、2017年广告行业人才供求情况91	六、2017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、2017年中国查处广告违法案件情况94
二、2017年广告业存在的主要问题探讨95	三、2017年中国广告行业新的自律规则96
四、2017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、2017年中国地铁广告市场规模104
二、2017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
二、车载电视广告的优势119	一、车载电视的介绍119
第二节站台PIS123	三、2016-2017年车载电视广告发展分析122
一、站台PIS的介绍123	二、站台PIS广告的优势124
三、2016-2017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、2016-2017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
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
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、2016-2017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
一、伦敦奥运地铁广告全面启动134	第一节北京134
二、2017年北京各大重要行业地铁广告发展分析134	一、伦敦奥运地铁广告全面启动134
三、2017年北京地铁广告业发展存在的问题分析135	二、2017年北京各大重要行业地铁广告发展分析134
四、2017年北京地铁广告业发展情况分析137	三、2017年北京地铁广告业发展存在的问题分析135
一、2017年上海市地铁广告业发展特点分析138	四、2017年北京地铁广告业发展情况分析137
	第二节上海138

二、2017年上海地铁广告业的效益优势分析	138
三、2017年地铁广告公司经营现状及策略分析	139
四、2017年上海地铁广告业发展情况分析	140
一、2017年地铁广告业发展阶段分析	140
二、2017年地铁广告业发展状况综合分析	140
三、2017年地铁广告业竞争状况分析	141
四、2017年广东地铁广告业发展分析	142
第三节广东	140
第九章中国地铁广告市场竞争分析	143
第一节2017年中国各种广告形式市场竞争综合分析	143
一、2017年地铁广告与传统广告行业竞争分析	143
二、2017年新媒体对地铁广告的压力	144
三、2017年中国广告业界软硬广告竞争分析	145
四、2016-2017年央视重点时段广告竞争分析	148
五、2016-2017年移动广告行业竞争形势分析	150
第二节2017年中国地铁广告业竞争状况分析	151
一、2017年中国地铁广告品牌竞争分析	151
二、2017年中国地铁广告价格竞争分析	152
三、2017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、2017年地铁广告市场增长潜力分析	155
二、2017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
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、2018-2024年我国地铁广告市场竞争趋势	158
四、2018-2024年地铁广告行业竞争格局展望	159
五、2018-2024年地铁广告行业竞争策略分析	159
六、2018-2024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、2016-2017年经营状况	162
四、2018-2024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、2016-2017年经营状况	169
四、2018-2024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、2016-2017年经营状况	177
四、2018-2024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、2016-2017年经营状况	184
四、2018-2024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、2016-2017年经营状况	192
四、2018-2024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、2016-2017年经营状况	199
四、2018-2024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、2016-2017年经营状况214		四、2018-2024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、2016-2017年经营状况221		四、2018-2024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、2016-2017年经营状况228	四、2018-2024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、2017年中国广告市场趋势解析242	
三、2018-2024年中国广告行业发展前景244		
四、2016-2017年中国对全球广告市场的推动245		
五、2017年中国广告市场发展与新媒体趋势246	第二节中国地铁广告市场趋势前景分析249	
一、中国地铁广告市场发展前景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2018-2024年国际地铁广告市场预测252		
一、2018-2024年全球地铁广告行业供给预测252		
二、2018-2024年全球地铁广告市场需求前景252		
三、2018-2024年全球地铁广告市场价格预测253		
第二节2018-2024年国内地铁广告市场预测253		
一、2018-2024年国内地铁广告行业供给预测253		
二、2018-2024年国内地铁广告行业规模预测254		
三、2018-2024年国内地铁广告市场需求前景254		
四、2018-2024年国内地铁广告市场价格预测255		
五、2018-2024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2017年地铁广告行业投资情况分析256	
一、2017年总体投资及结构256	二、2017年投资规模情况256	
三、2017年投资增速情况257	四、2017年分地区投资分析257	
五、2017年外商投资情况258	第二节2017年地铁广告行业投资情况分析258	
一、2017年总体投资及结构258	二、2017年投资规模情况259	
三、2017年投资增速情况259	四、2017年分地区投资分析260	
五、2017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、2016-2017年我国宏观经济运行情况263	
二、2018-2024年我国宏观经济形势分析286	三、2018-2024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、2017年地铁广告行业政策环境292	
二、2017年国内宏观政策对其影响296	三、2017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、2017年社会环境发展分析302	三、2018-2024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、2016-2017年地铁广告行业投资状况分析305	
二、2018-2024年地铁广告行业投资效益分析305	
三、2018-2024年地铁广告行业投资趋势预测306	
四、2018-2024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、2018-2024年影响地铁广告行业运行的有利因素分析307	
二、2018-2024年影响地铁广告行业运行的稳定因素分析309	
三、2018-2024年影响地铁广告行业运行的不利因素分析309	
四、2018-2024年我国地铁广告行业发展面临的挑战分析311	
五、2018-2024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、2018-2024年地铁广告行业市场风险及控制策略312	
二、2018-2024年地铁广告行业政策风险及控制策略313	
三、2018-2024年地铁广告行业经营风险及控制策略314	
四、2018-2024年地铁广告行业技术风险及控制策略315	
五、2018-2024年地铁广告同业竞争风险及控制策略316	
六、2018-2024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
二、技术开发战略318	三、业务组合战略320
三、业务组合战略320	四、区域战略规划320
四、区域战略规划320	五、产业战略规划321
五、产业战略规划321	六、营销品牌战略321
六、营销品牌战略321	七、竞争战略规划322
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
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
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
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、2017年广告行业投资战略329
一、2017年广告行业投资战略329	
二、2017年我国地铁广告行业投资战略330	三、2018-2024年地铁广告行业投资战略331
二、2017年我国地铁广告行业投资战略330	
三、2018-2024年地铁广告行业投资战略331	
四、2018-2024年细分行业投资战略332	部分图表目录:
四、2018-2024年细分行业投资战略332	
图表12018-2024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22017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32017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72010-2017年分众传媒控股有限公司资产负债率变化情况162	
图表82010-2017年分众传媒控股有限公司资产负债率变化情况162	

表格92010-2017年分众传媒控股有限公司产权比率变化情况163
图表102010-2017年分众传媒控股有限公司产权比率变化情况163
表格112010-2017年分众传媒控股有限公司固定资产周转次数情况164
图表122010-2017年分众传媒控股有限公司固定资产周转次数情况164
表格132010-2017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142010-2017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152010-2017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162010-2017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172010-2017年分众传媒控股有限公司销售毛利率变化情况167
图表182010-2017年分众传媒控股有限公司销售毛利率变化情况167
表格192010-2017年华视传媒集团有限公司资产负债率变化情况169
图表202010-2017年华视传媒集团有限公司资产负债率变化情况169
表格212010-2017年华视传媒集团有限公司产权比率变化情况170
图表222010-2017年华视传媒集团有限公司产权比率变化情况170
表格232010-2017年华视传媒集团有限公司固定资产周转次数情况171
图表242010-2017年华视传媒集团有限公司固定资产周转次数情况171
表格252010-2017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：<https://www.huaon.com/detail/358939.html>