

2020-2025年中国电梯媒体行业发展潜力分析及投资方向研究报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2020-2025年中国电梯媒体行业发展潜力分析及投资方向研究报告》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/513439.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

作为工作、生活、休闲、娱乐必经的重要场景，电梯广告开始成为都市人群接触的主要媒介之一。电梯媒体行业位于产业链中游，上承数以万计、遍布全国的楼宇物业，下接行业分布广泛、数量繁多的广告主。

2019年，中国电梯广告受众接触电梯广告最多的场景为社区公寓楼，65.4%的受访网民曾在写字楼接触到电梯广告。此外，写字楼和商场超市都是接触电梯广告的高频场景。

2019年中国电梯广告受众接触电梯广告重点场景

2019年，电梯广告受众接触到的电梯广告表现形式主要为框架海报（85.1%）、电子屏（65.6%），而电梯内投影作为一种较新颖的广告投放形式，出现时间相对较晚，因而覆盖点位相对小，受众接触较少。

2019年中国电梯广告受众接触电梯广告形式

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 电梯媒体行业概述

第一节 电梯媒体行业定义

第二节 电梯媒体行业市场特点分析

一、影响需求的关键因素

二、主要竞争因素

第三节 电梯媒体行业发展周期分析

一、行业生命周期理论基础

二、电梯媒体行业生命周期

第四节 中国电梯媒体所属行业经济指标分析

第二章 2019年中国电梯媒体行业发展环境分析

第一节 宏观经济环境分析

一、GDP历史变动轨迹分析

二、固定资产投资历史变动轨迹分析

三、2020-2025年宏观经济发展预测分析

第二节 电梯媒体行业主要法律法规及政策

第三节 电梯媒体行业社会环境发展分析

- 一、人口环境分析
- 二、教育环境分析
- 三、文化环境分析
- 四、生态环境分析
- 五、中国城镇化率
- 六、居民的各种消费观念和习惯

第三章 2019年中国电梯媒体所属行业现状分析

第一节 电梯媒体所属行业概况

- 一、电梯媒体所属行业发展分析
- 二、2020-2025年中国电梯媒体所属行业发展预测分析

第二节 电梯媒体所属行业市场现状分析

- 一、电梯媒体所属行业市场分析
- 二、2020-2025年中国电梯媒体所属行业市场发展预测分析

第三节 影响电梯媒体所属行业供需状况的主要因素

- 一、电梯媒体所属行业供需现状调研
- 二、2020-2025年中国电梯媒体所属行业供需平衡趋势预测分析

第四章 2019年中国电梯媒体所属行业数据监测分析

第一节 电梯媒体所属行业规模分析

- 一、企业数量分析
- 二、资产规模分析
- 三、利润规模分析

第二节 电梯媒体所属行业运营效益分析

- 一、盈利能力分析
- 二、偿债能力分析
- 三、运营能力分析
- 四、成长能力分析

第五章 2019年中国电梯媒体所属行业区域市场情况分析

第一节 电梯媒体所属行业需求地域分布结构

第二节 电梯媒体所属行业重点区域市场消费情况分析

- 一、华东地区
- 二、中南地区

三、华北地区

四、西部地区

第三节 电梯媒体行业渠道格局

第四节 电梯媒体行业渠道形式

第五节 电梯媒体行业渠道要素对比

第六章 2019年中国电梯媒体行业竞争情况分析

第一节 电梯媒体行业经济指标分析

一、赢利性

二、附加值的提升空间

三、进入壁垒 / 退出机制

四、行业周期

第二节 电梯媒体行业竞争结构分析

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第三节 2020-2025年中国电梯媒体行业市场竞争策略展望分析

一、电梯媒体行业市场竞争趋势预测

二、电梯媒体行业市场竞争格局展望分析

三、电梯媒体行业市场竞争策略分析

第七章 中国电梯媒体主要企业发展概述

第一节 分众传媒

一、企业发展基本状况分析

二、企业主营业务产品

三、企业经营情况分析

分众传媒近五年来营业收入稳步增长，2018年达到145.5亿元，公司主营业务的楼宇媒体营业收入稳步增长，2018年达120.8亿元，较上一年度增长22.4%。

2019年上半年，分众传媒营业收入57.2亿元，较2018年同期下降19.6%，净利润7.8亿元，同比下跌76.82%。除了整体广告市场发展的放缓，分众传媒在2019年面临行业进一步的竞争冲击，同时电梯类媒体资源租金、设备等成本的上涨，都使分众传媒在利润端承受较大压力。

2014-2019年H1分众传媒营收情况

四、企业销售渠道网络

第二节 众益传媒

一、企业发展基本状况分析

二、企业主营业务产品

三、企业经营情况分析

四、企业销售渠道网络

第三节 聚众传媒

一、企业发展基本状况分析

二、企业主营业务产品

三、企业经营情况分析

四、企业销售渠道网络

第四节 传播易

一、企业发展基本状况分析

二、企业主营业务产品

三、企业经营情况分析

四、企业销售渠道网络

第五节 通众传媒

一、企业发展基本状况分析

二、企业主营业务产品

三、企业经营情况分析

四、企业销售渠道网络

第六节 新潮传媒

一、企业发展基本状况分析

二、企业主营业务产品

三、企业经营情况分析

四、企业销售渠道网络

第八章 2020-2025年中国电梯媒体行业发展预测分析

第一节 电梯媒体行业未来发展预测分析

一、电梯媒体行业发展规模分析

二、2020-2025年中国电梯媒体行业发展趋势预测

第二节 电梯媒体行业供需预测分析

一、电梯媒体行业供给预测分析

二、电梯媒体行业需求预测分析

第三节 电梯媒体行业市场盈利预测分析

第九章 2020-2025年中国电梯媒体行业投资战略研究

第一节 电梯媒体行业发展关键要素分析

- 一、需求条件
- 二、支援与相关产业
- 三、企业战略、结构与竞争状态

第二节 电梯媒体行业投资策略分析

- 一、电梯媒体行业投资规划
- 二、电梯媒体行业投资策略
- 三、电梯媒体行业成功之道

第十章 2020-2025年中国电梯媒体行业投资机会与风险分析

第一节 电梯媒体行业投资机会分析

- 一、投资前景
- 二、投资热点
- 三、投资区域
- 四、投资吸引力分析

第二节 电梯媒体行业投资风险分析

- 一、市场竞争风险
- 二、政策/体制风险分析
- 三、进入/退出风险分析

第十一章 对电梯媒体行业投资建议

第一节 目标群体建议「AK LX」

第二节 投资区域建议

第三节 销售渠道建议

第四节 资本并购重组运作模式建议

第五节 企业经营管理建议

图表目录：

图表 2019年中国电梯媒体行业企业数量分析

图表 2019年中国电梯媒体行业资产规模分析

图表 2019年中国电梯媒体行业销售规模分析

图表 2019年中国电梯媒体行业利润规模分析

图表 2019年中国电梯媒体行业财务费用分析

图表 2019年中国电梯媒体行业盈利能力分析

图表 2019年中国电梯媒体行业偿债能力分析

图表 2019年中国电梯媒体行业运营能力分析

图表 2019年中国电梯媒体行业成长能力分析

图表 2020-2025年中国电梯媒体行业市场规模增长预测分析

图表 2020-2025年中国电梯媒体行业需求规模增长预测分析

图表 2020-2025年中国电梯媒体行业市场盈利能力趋势预测分析

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/513439.html>