

2022-2027年中国地铁广告行业市场调研及未来发展趋势预测报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2022-2027年中国地铁广告行业市场调研及未来发展趋势预测报告》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/channel/media/794155.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。

报告目录：

第一章 地铁广告行业发展概述

第一节 广告简介

一、广告的概念

二、广告的本质特点和要素

（一）特点

（二）要素

三、广告的分类和主要形式

（一）分类

（二）主要形式

四、广告媒体简介

第二节 地铁广告

一、地铁广告的概念

二、地铁广告的划分

1、高科技媒体

2、传统媒体

三、地铁广告的主要功能

四、地铁广告的特征

第二章 国外广告行业发展分析

第一节 世界广告行业发展概况

一、2017-2021年全球广告经营情况分析

二、2021年世界广告业排名状况分析

三、2017-2021年世界广告业发展情况分析

第二节 世界广告业发展状况分析

一、世界广告业发展规模分析

二、世界广告业发展特点分析

第三节 全球广告市场分析

一、全球移动广告市场格局分析

二、戛纳广告节的开展状况分析

三、全球地铁广告开支额

四、中国对全球广告市场的贡献

第四节 2022-2027年世界广告业发展分析

一、世界广告发展新趋势变化

二、地铁广告趋势预测分析

三、全球广告支出增长预测分析

四、全球广告预算状况分析

五、广告行业趋势预测分析

第三章 世界地铁广告业发展分析

第一节 世界地铁广告业发展分析

一、美国地铁广告业发展分析

二、日本地铁广告业发展分析

三、俄罗斯地铁广告业发展分析

第二节 世界地铁广告市场需求分析

一、世界地铁广告市场需求量分析

二、世界地铁广告策划分析

（一）地铁广告媒体设置策略

（二）地铁广告创新经营策略

三、国外企业进军中国市场状况分析

四、世界地铁广告业竞争分析

第三节 2022-2027年世界地铁广告市场发展趋势预测

一、世界地铁广告区域发展

二、世界轨道交通发展趋势预测分析

第四章 我国广告行业发展现状调研

第一节 中国广告行业综合状况分析

一、中国本土广告业发展现状调研

（一）中国本土媒体资源型广告公司发展现状调研

（二）中国媒体资源型广告公司的发展路径

二、中国广告在外资重压下发展

三、中国本土广告公司的swot分析

（一）本土广告公司面临的机遇

（二）本土广告公司发展面临的挑战

（三）本土广告公司发展存在的主要问题

（四）本土广告公司发展的主要优势

（五）本土化广告公司发展的战略选择

四、国家政策促进广告业发展

第二节 我国广告市场发展分析

一、2017-2021年中国广告发展现状调研

二、内地广告市场规模分析

三、中国广告市场价值分析

四、中国广告市场的投放额

五、广告行业人才供求状况分析

六、广告市场面临的挑战

第三节 我国广告市场规范状况分析

一、中国查处广告案件状况分析

二、广告业存在的主要问题探讨

三、中国广告行业新的自律规则

四、广告行业结盟维护创意版权

第五章 我国地铁广告行业发展分析

第一节 中国地铁广告行业概况

一、中国地铁广告发展历程

二、中国地铁广告的产品类别

三、中国的地铁广告产业的整合分析

四、跨行业合作形势下地铁广告的优势

第二节 中国地铁广告市场发展现状调研

一、地铁广告对用户消费的影响

二、地铁广告发展形式分析

三、我国主要城市地铁广告发展

第三节 地铁广告市场空间分析

一、中国地铁广告市场规模

二、地铁广告市场规模预测分析

第四节 中国地铁广告的相关政策分析

一、法律因素在地铁广告发展中的作用

二、地铁广告规范与发展的法律策略分析

第六章 中国地铁广告受众及投放分析

第一节 地铁广告的投放原因及特点

一、投放地铁广告的原因

二、地铁广告在广告媒体中的地位

三、地铁广告接受度情况分析

四、制约地铁广告发展的瓶颈

第二节 地铁广告受众分析

一、受众接触地铁广告的黄金时间

二、受众最感兴趣的广告形式

三、受众最感兴趣的广告内容

第三节 影响地铁广告投放的要素分析

一、影响地铁广告投放宏观因素分析

二、吸引受众的最重要的要素

三、消费热点决定记忆程度

四、地铁广告投放策略建议

第七章 地铁广告主要形式发展分析

第一节 车载电视

一、车载电视的介绍

二、车载电视广告的优势

三、车载电视广告发展分析

第二节 站台pis

一、站台pis的介绍

二、站台pis广告的优势

三、站台pis发展分析

第三节 地铁led数字媒体

一、地铁led数字媒体的介绍

二、地铁led数字媒体广告的优势

三、地铁led数字媒体发展分析

第四节 车厢内海报

一、车厢内海报的介绍

二、车厢内海报广告的优势

三、车厢内海报广告发展分析

第五节 灯箱广告发展分析

一、灯箱广告的介绍

二、灯箱广告的优势

三、灯箱广告发展分析

第八章 地铁广告区域市场竞争力比较

第一节 北京

一、北京市地铁广告市场投放金额

二、北京各大重要行业地铁广告发展分析

三、北京市户外广告投放渠道分布格局

第二节 上海

- 一、上海市地铁广告市场投放金额
- 二、上海各大重要行业地铁广告发展分析
- 三、上海市户外广告投放渠道分布格局

第三节 广州

- 一、地铁广告业发展阶段分析
- 二、地铁广告业发展状况综合分析
 - 1、广州地铁广告资源
 - 2、广州地铁广告投放状况分析
 - 3、广州地铁广告类型
- 三、地铁广告业竞争状况分析

第九章 中国地铁广告市场竞争分析

第一节 中国各种广告形式市场竞争综合分析

- 一、地铁广告与传统广告行业竞争分析
- 二、新媒体对地铁广告的压力
- 三、央视重点时段广告竞争分析
- 四、移动广告行业竞争形势分析

第二节 中国地铁广告业竞争状况分析

- 一、中国地铁广告品牌竞争分析
- 二、中国地铁广告价格竞争分析
- 三、中国地铁广告竞争分析

第十章 地铁广告企业竞争策略分析

第一节 地铁广告市场竞争策略分析

- 一、地铁广告市场增长潜力分析
- 二、现有地铁广告产品竞争策略分析
- 三、潜力地铁广告品种竞争策略选择
- 四、典型企业产品竞争策略分析

第二节 地铁广告企业竞争策略分析

- 一、传统媒体对地铁广告行业竞争格局的影响
- 二、2022-2027年我国地铁广告市场竞争趋势预测分析
- 三、2022-2027年地铁广告行业竞争格局展望
- 四、2022-2027年地铁广告企业竞争策略分析

第十一章 地铁广告重点企业竞争分析

第一节 分众传媒信息技术股份有限公司

- 一、企业概况

二、竞争优势分析

三、企业经营情况分析

四、企业发展战略

第二节 华视传媒集团有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、企业经营情况分析

四、企业发展战略

第三节 航美传媒集团有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、企业经营情况分析

四、企业发展战略

第四节 白马户外媒体有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、企业经营情况分析

四、企业发展战略

第五节 中南出版传媒集团股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、企业经营情况分析

四、企业发展战略

第六节 tom集团有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、企业经营情况分析

四、企业发展战略

第七节 北京蓝色光标数据科技股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、企业经营情况分析

四、企业发展战略

第八节 雅仕维传媒集团有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、企业经营情况分析

四、企业发展战略

第九节 北京巴士传媒股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、企业经营情况分析

四、企业发展战略

第十二章 地铁广告行业发展趋势预测

第一节 中国广告行业发展趋势预测

一、中国广告业发展新动向

二、中国广告市场趋势解析

三、中国对全球广告市场的推动

四、中国广告市场发展与新媒体趋势预测分析

第二节 中国地铁广告市场趋势前景预测

一、中国地铁广告市场趋势预测分析

二、中国地铁广告市场潜力分析

三、中国地铁广告发展趋势预测

第十三章 地铁广告行业投资机会与风险

第一节 地铁广告行业投资效益分析

一、2022-2027年地铁广告行业投资效益分析

二、2022-2027年地铁广告行业投资趋势预测分析

三、2022-2027年地铁广告行业的投资方向

四、新进入者应注意的障碍因素分析

第二节 影响地铁广告行业发展的主要因素

一、2022-2027年影响地铁广告行业运行的有利因素分析

二、2022-2027年影响地铁广告行业运行的稳定因素分析

三、2022-2027年影响地铁广告行业运行的不利因素分析

四、2022-2027年我国地铁广告行业发展面临的挑战分析

五、2022-2027年我国地铁广告行业发展面临的机遇分析

第三节 地铁广告行业投资前景及控制策略分析

一、地铁广告市场风险及应对措施

二、地铁广告行业政策风险及应对措施

三、地铁广告行业经营风险及应对措施

四、地铁广告同业竞争风险及应对措施

五、地铁广告行业其他风险及应对措施

第十四章 地铁广告行业投资规划建议研究

第一节 地铁广告行业发展战略研究

一、战略综合规划「AK LT」

二、技术开发战略

三、区域战略规划

四、产业战略规划

五、营销品牌战略

六、竞争战略规划

第二节 对我国地铁广告品牌的战略思考

一、企业品牌的重要性

二、地铁广告实施品牌战略的意义

三、地铁广告企业品牌的现状分析

四、我国地铁广告企业的品牌战略

五、地铁广告品牌战略管理的策略

第三节 地铁广告行业投资规划建议研究

一、2021年广告行业投资规划建议

二、2022-2027年地铁广告行业投资规划建议

三、2022-2027年细分行业投资规划建议

图表目录：

图表1：2017-2021年全球主要广告市场变动情况单位：%

图表2：2017-2021年全球广告市场规模

图表3：2017-2021年全球十大广告市场规模及排名状况分析

图表4：全球移动广告支出占比

图表5：2017-2021年全球地铁广告市场规模

图表6：2017-2021年世界各主要国家广告支出费用

图表7：2017-2021年美国地铁行业市场规模统计

图表8：2017-2021年日本地铁广告行业市场规模统计

图表9：2017-2021年俄罗斯地铁广告行业市场规模统计

图表10：世界部分地区地铁里程统计（公里）

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/channel/media/794155.html>