

2016-2022年中国地铁广告 市场研究与行业竞争对手分析报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2016-2022年中国地铁广告市场研究与行业竞争对手分析报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.abaogao.com/b/chuanmei/66847709N7.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、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。可以通过线上线下结合的媒体形式来展示，全媒通文化。

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

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、2016-2022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2016-2022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pis184

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、2016-2022年我国地铁广告市场竞争趋势285

四、2016-2022年地铁广告行业竞争格局展望286

五、2016-2022年地铁广告行业竞争策略分析286

六、2016-2022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、2016-2022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、2016-2022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、2016-2022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、2016-2022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、2016-2022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、2016-2022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、2016-2022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、2016-2022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、2016-2022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、2016-2022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2016-2022年国际地铁广告市场预测363

一、2016-2022年全球地铁广告行业供给预测363

- 二、2016-2022年全球地铁广告市场需求前景364
- 三、2016-2022年全球地铁广告市场价格预测365
- 第二节2016-2022年国内地铁广告市场预测366
 - 一、2016-2022年国内地铁广告行业供给预测366
 - 二、2016-2022年国内地铁广告行业规模预测366
 - 三、2016-2022年国内地铁广告市场需求前景367
 - 四、2016-2022年国内地铁广告市场价格预测368
 - 五、2016-2022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、2016-2022年我国宏观经济形势分析401
- 三、2016-2022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、2016-2022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、2016-2022年地铁广告行业投资效益分析447

三、2016-2022年地铁广告行业投资趋势预测450

四、2016-2022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、2016-2022年影响地铁广告行业运行的有利因素分析457

二、2016-2022年影响地铁广告行业运行的稳定因素分析457

三、2016-2022年影响地铁广告行业运行的不利因素分析457

四、2016-2022年我国地铁广告行业发展面临的挑战分析457

五、2016-2022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、2016-2022年地铁广告行业市场风险及控制策略458

二、2016-2022年地铁广告行业政策风险及控制策略458

三、2016-2022年地铁广告行业经营风险及控制策略459

四、2016-2022年地铁广告行业技术风险及控制策略460

五、2016-2022年地铁广告同业竞争风险及控制策略462

六、2016-2022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、2016-2022年地铁广告行业投资战略	487
四、2016-2022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：2016-2022年各国广告业预测353

图表：2016-2022年全球广告市场规模预测363

图表：2016-2022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：2016-2022年我国地铁广告市场规模预测366

图表：2016-2022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：<http://www.abaogao.com/b/chuanmei/66847709N7.html>