

2021-2027年中国地铁广告 产业发展现状与投资战略研究报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2021-2027年中国地铁广告产业发展现状与投资战略研究报告》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.cction.com/report/202106/225205.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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。

中企顾问网发布的《2021-2027年中国地铁广告产业发展现状与投资战略研究报告》共十七章。首先介绍了地铁广告行业市场发展环境、地铁广告整体运行态势等，接着分析了地铁广告行业市场运行的现状，然后介绍了地铁广告市场竞争格局。随后，报告对地铁广告做了重点企业经营状况分析，最后分析了地铁广告行业发展趋势与投资预测。您若想对地铁广告产业有个系统的了解或者想投资地铁广告行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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：

第一部分行业发展现状

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

三、广告的分类和主要形式

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

三、地铁广告的主要功能

四、地铁广告媒体

五、地铁广告的特征

第二章国外广告所属行业发展分析

第一节世界广告行业发展概况

- 一、2015-2019年全球广告经营状况
- 二、2019年世界广告业排名状况分析
- 三、2015-2019年世界广告业发展状况
- 第二节2019年世界广告业发展状况分析
 - 一、2019年世界广告业发展规模分析
 - 二、2019年世界广告业发展特点分析
 - 三、2019年世界广告发展存在的问题
 - 四、2019年世界广告企业竞争分析
- 第三节全球广告市场分析
 - 一、全球广告市场格局分析
 - 二、2019年戛纳广告节的开展情况
 - 三、2015-2019年全球广告支出情况分析
 - 四、2019年全球地铁广告开支额
 - 五、2019年欧债危机对广告行业的冲击
 - 六、2015-2019年中国对全球广告市场的贡献
- 第四节2021-2027年世界广告业发展趋势分析
 - 一、世界广告发展新趋势变化
 - 二、地铁广告发展前景分析
 - 三、2019年全球广告支出增长预测
 - 四、2015-2019年全球广告预算情况
 - 五、2021-2027年广告行业发展前景

第三章世界地铁广告业发展分析

- 第一节2019年世界地铁广告业发展分析
 - 一、2019年美国地铁广告业发展分析
 - 二、2019年日本地铁广告业发展分析
 - 三、2019年俄罗斯地铁广告业发展分析
- 第二节2019年世界地铁广告市场需求分析
 - 一、2019年世界地铁广告市场需求量分析
 - 二、2019年世界地铁广告策划分析
 - 三、2019年国外企业进军中国市场情况
 - 四、2019年世界地铁广告业竞争分析

第三节2021-2027年世界地铁广告市场发展趋势分析

一、世界地铁广告区域发展

二、世界轨道交通发展趋势

第四章我国广告行业发展现状

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

二、中国广告产业在外资重压下发展

三、中国本土广告公司的SWOT分析

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、2015-2019年中国广告发展现状

二、2019年内地广告市场规模分析

三、2019年中国广告市场价值分析

四、2019年中国广告市场的投放额

五、2019年广告行业人才供求情况

六、2019年广告市场面临的挑战

第三节我国广告市场规范情况

一、2019年中国查处广告违法案件情况

二、2019年广告业存在的主要问题探讨

三、2019年中国广告行业新的自律规则

四、2019年广告行业结盟维护创意版权

第五章我国地铁广告所属行业发展分析

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

一、地铁广告的投放特点

二、地铁广告对用户消费的影响

- 三、地铁广告发展形式分析
- 四、地铁广告规范情况分析
- 五、针对地铁广告存在问题的对策
- 六、我国主要城市地铁广告发展策略

第三节地铁广告市场空间分析

- 一、2019年中国地铁广告市场规模
- 二、2019年地铁广告市场规模预测

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、地铁广告在高速发展中趋于健全规范
- 三、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、2015-2019年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、2015-2019年站台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数字媒体广告的关注度

四、2015-2019年地铁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、车厢内海报广告的关注度

四、2015-2019年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、灯箱广告的关注度

四、2015-2019年灯箱广告发展分析

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

第一节北京

一、伦敦奥运地铁广告全面启动

二、2019年北京各大重要行业地铁广告发展分析

三、2019年北京地铁广告业发展存在的问题分析

四、2019年北京地铁广告业发展情况分析

第二节上海

一、2019年上海市地铁广告业发展特点分析

二、2019年上海地铁广告业的效益优势分析

三、2019年地铁广告公司经营状况及策略分析

四、2019年上海地铁广告业发展情况分析

第三节广东

一、2019年地铁广告业发展阶段分析

二、2019年地铁广告业发展状况综合分析

三、2019年地铁广告业竞争状况分析

四、2019年广东地铁广告业发展分析

第九章中国地铁广告市场竞争分析

第一节2019年中国各种广告形式市场竞争综合分析

一、2019年地铁广告与传统广告行业竞争分析

二、2019年新媒体对地铁广告的压力

三、2019年中国广告业界软硬广告竞争分析

四、2015-2019年央视重点时段广告竞争分析

五、2015-2019年移动广告行业竞争形势分析

第二节2019年中国地铁广告业竞争状况分析

一、2019年中国地铁广告品牌竞争分析

二、2019年中国地铁广告价格竞争分析

三、2019年中国地铁广告竞争战略分析

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、2019年地铁广告市场增长潜力分析

二、2019年地铁广告主要潜力品种分析

三、现有地铁广告产品竞争策略分析

四、潜力地铁广告品种竞争策略选择

五、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、欧债危机对地铁广告行业竞争格局的影响

二、欧债危机后地铁广告行业竞争格局的变化

三、2021-2027年我国地铁广告市场竞争趋势

四、2021-2027年地铁广告行业竞争格局展望

五、2021-2027年地铁广告行业竞争策略分析

六、2021-2027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

第一节分众传媒控股有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、企业经营状况
- 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、企业经营状况
- 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、企业经营状况
- 四、企业发展战略

第四节海南白马广告媒体投资有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、企业经营状况
- 四、企业发展战略

第五节德高中国集团有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、企业经营状况
- 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、企业经营状况

四、企业发展战略

第七节北京地下铁道通成广告有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、企业经营状况

四、企业发展战略

第八节上海雅仕维广告有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、企业经营状况

四、企业发展战略

第九节上海机场德高动量广告公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、企业经营状况

四、企业发展战略

第十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、企业经营状况

四、企业发展战略

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

第一节中国广告行业发展趋势分析

一、中国广告业发展新动向

二、2019年中国广告市场趋势解析

三、2021-2027年中国广告行业发展前景

四、2015-2019年中国对全球广告市场的推动

五、2019年中国广告市场发展新媒体趋势

第二节中国地铁广告市场趋势前景分析

一、中国地铁广告市场发展前景

二、中国地铁广告市场潜力分析

三、中国地铁广告发展趋势分析

第十三章未来地铁广告行业发展预测

第一节2021-2027年国际地铁广告市场预测

一、2021-2027年全球地铁广告行业供给预测

二、2021-2027年全球地铁广告市场需求前景

三、2021-2027年全球地铁广告市场价格预测

第二节2021-2027年国内地铁广告市场预测

一、2021-2027年国内地铁广告行业供给预测

二、2021-2027年国内地铁广告行业规模预测

三、2021-2027年国内地铁广告市场需求前景

四、2021-2027年国内地铁广告市场价格预测

五、2021-2027年国内地铁广告行业集中度预测

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

第一节2019年地铁广告行业投资情况分析

一、2019年总体投资及结构

二、2019年投资规模情况

三、2019年投资增速情况

四、2019年分地区投资分析

五、2019年外商投资情况

第二节2019年地铁广告行业投资情况分析

一、2019年总体投资及结构

二、2019年投资规模情况

三、2019年投资增速情况

四、2019年分地区投资分析

五、2019年外商投资情况

第十五章地铁广告行业投资环境分析

第一节经济发展环境分析

- 一、2015-2019年我国宏观经济运行情况
- 二、2021-2027年我国宏观经济形势分析
- 三、2021-2027年投资趋势及其影响预测

第二节政策法规环境分析

- 一、2019年地铁广告行业政策环境
- 二、2019年国内宏观政策对其影响
- 三、2019年行业产业政策对其影响

第三节社会发展环境分析

- 一、国内社会环境发展现状
- 二、2019年社会环境发展分析
- 三、2021-2027年社会环境对行业的影响分析

第十六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、2015-2019年地铁广告行业投资状况分析
- 二、2021-2027年地铁广告行业投资效益分析
- 三、2021-2027年地铁广告行业投资趋势预测
- 四、2021-2027年地铁广告行业的投资方向
- 五、投资建议
- 六、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、2021-2027年影响地铁广告行业运行的有利因素分析
- 二、2021-2027年影响地铁广告行业运行的稳定因素分析
- 三、2021-2027年影响地铁广告行业运行的不利因素分析
- 四、2021-2027年我国地铁广告行业发展面临的挑战分析
- 五、2021-2027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风险及控制策略分析

- 一、2021-2027年地铁广告行业市场风险及控制策略
- 二、2021-2027年地铁广告行业政策风险及控制策略
- 三、2021-2027年地铁广告行业经营风险及控制策略
- 四、2021-2027年地铁广告行业技术风险及控制策略
- 五、2021-2027年地铁广告同业竞争风险及控制策略

六、2021-2027年地铁广告行业其他风险及控制策略

第十七章地铁广告行业投资战略研究

第一节地铁广告行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、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战略研究

一、2019年广告行业投资战略

二、2019年我国地铁广告行业投资战略

三、2021-2027年地铁广告行业投资战略

四、2021-2027年细分行业投资战略

部分图表目录：

图表12015-2019年全球广告支出

图表2世界不同地区广告费用支出增速

图表19年世界主要国家广告支出费用排名

图表4广告主营销观点调查

图表5北京地铁广告各类媒体投放情况

图表6中国移动广告平台市场整体规模及增长率

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202106/225205.html>