

# 2023-2029年中国机场广告 产业发展现状与投资战略咨询报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2023-2029年中国机场广告产业发展现状与投资战略咨询报告》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/202306/365983.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

使用机场的候机室及在机场内别的各种场所和设备上制造刊出的广告，能够统称为机场广告。

由于中国的收入和生活水平改善，航空已成为长途运输的常用交通工具。机场广告的发展将由高档并具购买力的乘客支持，尤其是奢侈品和化妆品行业的广告客户，预计将继续以机场乘客作为目标受众，并更专注于机场广告。

中国的机场广告收入从2009年的12亿美元增加至2013年的22.1亿美元。中国的机场广告收入预计到2018年将进一步增加至37.8亿美元。

2013年中国机场广告市场规模22.1亿美元，同比增长23.5%。2014年中国机场广告市场规模28.0亿美元，同比增长26.7%。2015年中国机场广告市场规模30.6亿美元，同比增长9.3%。2016年中国机场广告市场规模33.1亿美元，同比增长8.2%。2017年中国机场广告市场规模35.2亿美元，同比增长6.3%。

2018年1月，东航、南航、海航等多家航空公司纷纷宣布解禁手机、pad等移动设备空中上网，这意味着2018年中国民航将进入“空中上网新时代”。与此同时，随着中国自行研发的高通量KA卫星的升空，使得带宽容量得以大大提升，单位流量成本大幅度降低，为中国飞机客舱的互联网服务提供了有力的支持。

另一方面根据民航数据披露：中国民航宽体机中已实现空地互联的有116架，未实现空地互联的有237架，同时占民航客机规模90%近3000余架的窄体机则有望在今年也逐步进行客舱移动互联网改造升级，这是一个巨大的市场。

国际航空协会预测，到2024年,中国将取代美国,成为全球最大航空客运市场。面对如此庞大的客运流量，预计中国航空移动互联网整体市场规模将超过百亿。如此广袤丰沃的市场将为机场广告行业的飞速发展提供巨大的空间。

中企顾问网发布的《2023-2029年中国机场广告产业发展现状与投资战略咨询报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局市场服务行业的重要决策参考依据。

报告目录：

第一章 广告相关概述

第一节 广告简述

一、广告的本质特点和要素

二、广告的分类和主要形式

三、广告媒体诠释

第二节 机场广告

一、机场广告的划分

二、机场广告品牌定位

第三节 机场广告制作

一、机场广告制作的设备及工艺

二、机场广告牌面的照明工程设计步骤

三、机场广告画面制作技巧及注意事项

第二章 世界机场广告行业营运概述

第一节 近年世界广告行业运行浅析

一、国际广告行业发展概述

二、全球广告市场规模

三、世界广告业排名状况

四、全球广告市场的媒介份额情况

五、国际广告公司的经营概况

第二节 2019-2022年世界机场广告市场规模

第三节 2023-2029年世界机场广告行业发展前景展望分析

第三章 中国广告行业整体运行形势透析

第一节 中国广告行业运行总况

一、我国广告行业发展历程

二、2022-2023年我国广告市场的发展状况

第二节 2022-2023年中国广告媒介代理行业

一、广告媒介的种类

二、中国主要媒介广告投放份额

三、中国电视媒体的广告投放情况

五、互联网媒体的广告投放情况

六、媒介代理业务的市场竞争格局

第三节 2022-2023年中国广告业发展存在的问题分析

## 第四章 中国机场广告业运行环境分析

### 第一节 中国宏观经济环境分析

### 第二节 中国机场广告政策法规环境分析

### 第三节 中国机场广告社会环境分析

## 第五章 中国机场广告业运行状况分析

### 第一节 2022-2023年中国机场广告行业运行探析

#### 一、机场广告行业的优势

#### 二、机场广告市场推动因素

### 第二节 2018-2022年中国机场广告市场规模分析

### 第三节 中国机场广告业发展的问题与对策

## 第六章 2022-2023年中国机场广告受众及投放情况分析

### 第一节 机场广告的投放原因及特点

#### 一、有效覆盖中高端群体

#### 二、广告到达率较高

#### 三、广告抵触心理较小，浏览主动性较高

#### 四、机场氛围对品牌形象的影响

#### 五、对品牌价值的提升影响

### 第二节 机场广告受众分析

### 第三节 中国影响机场广告牌投放的趋势

#### 一、机场广告牌投放要素

#### 二、机场广告牌投放选择

#### 三、机场广告牌投放趋势

## 第七章 中国机场广告主要形式分析

### 第一节 形式一

#### 一、广告概念

#### 二、广告特征

#### 三、广告的模式

### 第二节 形式二

- 一、广告概念
- 二、广告特征
- 三、广告的模式

### 第三节 形式三

- 一、广告概念
- 二、广告特征
- 三、广告的模式

### 第四节 形式四

- 一、广告概念
- 二、广告特征
- 三、广告的模式

### 第五节 形式五

- 一、广告概念
- 二、广告特征
- 三、广告的模式

## 第八章 中国机场广告行业重点城市市场分析

### 第一节 北京

- 一、发展现状分析
- 二、市场规模情况分析

### 第二节 上海

- 一、发展现状分析
- 二、市场规模情况分析

### 第三节 深圳

- 一、发展现状分析
- 二、市场规模情况分析

### 第四节 昆明

- 一、发展现状分析
- 二、市场规模情况分析

### 第五节 广州

- 一、发展现状分析
- 二、市场规模情况分析

## 第九章 2019-2022年机场广告重点企业发展分析

### 第一节 雅仕维传媒集团有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、经营状况
- 四、发展战略

### 第二节 北京首都机场广告有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、经营状况
- 四、发展战略

### 第三节 航美传媒

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、经营状况
- 四、发展战略

### 第四节 北京迪岸天空广告有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、经营状况
- 四、发展战略

### 第五节 西部机场集团广告传媒（西安）有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、经营状况
- 四、发展战略

### 第六节 上海机场德高动量广告有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、经营状况
- 四、发展战略

## 第十章 2022-2023年中国广告企业运行格局分析

### 第一节 2022-2023年中国本土广告企业运行概况

### 第二节 2022-2023年中国广告公司动态分析

### 第三节 2022-2023年中国广告公司发展对策

## 第十一章 2023-2029年中国机场广告产业前景展望

### 第一节 2023-2029年中国广告行业发展趋势预测

#### 一、整合营销进一步推动广告公司的数据分析能力

#### 二、内容运营渠道不断得到创新发展

#### 三、新媒体带动大小屏互动

### 第二节 2023-2029年中国机场广告发展趋势

### 第三节 2023-2029年中国机场广告市场规模预测分析

## 第十二章 2023-2029年机场广告行业投资机会与风险防范

### 第一节 机场广告行业投融资情况

#### 一、企业融资环境概述

#### 二、融资渠道分析

### 第二节 2023-2029年机场广告行业投资机会

#### 一、产业链投资机会

#### 二、重点区域市场投资机会

### 第三节 2023-2029年进入机场广告行业主要障碍

#### 一、专业人才壁垒

#### 二、资金实力

#### 三、媒体与客户的资源积累

#### 四、市场竞争

### 第四节 中国机场广告行业投资建议

## 第十三章 移动互联网时代机场广告发展建议

### 第一节 移动互联网时代机场广告投资环境

### 第二节 移动互联网时代机场广告发展的趋势

#### 一、机场广告将向数字化、网络化方向发展

- 二、机场广告将更加注重机场整体体验的统一
- 三、机场广告将更具科技含量
- 四、机场广告将更加精准
- 五、机场的特色元素将通过新媒介呈现出来
- 六、机场广告将成为广告主的营销平台

## 部分图表目录

- 图表 1：2019-2022年全球广告支出和中国生产总值GDP的增长（%） 26
- 图表 2：2019-2022年广告支出增长十大贡献者（百万美元） 26
- 图表 3：近几年全球前十大广告市场规模及排名情况 27
- 图表 4：全球广告支出不同媒体类别占比（%） 28
- 图表 5：近年全球五大广告集团营业收入及利润情况 28
- 图表 6：2019-2022年世界机场广告市场规模分析 30
- 图表 7：2023-2029年全球机场广告市场规模预测 31
- 图表 8：我国广告市场的规模及增速 33
- 图表 9：我国广告业经营单位户数及从业人员统计 34
- 图表 10：各类广告媒体的优劣势 35
- 图表 11：中国主要媒介广告投放份额 36
- 图表 12：我国电视媒体广告营业额及增长情况 37
- 图表 13：2019-2022年中国机场广告市场规模与预测 51
- 图表 14：机场广告受众群体的基本情况 55
- 图表 15：2019-2022年中国机场广告市场规模与预测 63
- 图表 16：2019-2022年上海机场广告市场规模与预测 64
- 图表 17：2019-2022年深圳机场广告市场规模与预测 65
- 图表 18：2019-2022年昆明机场广告市场规模与预测 66
- 图表 19：2019-2022年广州机场广告市场规模与预测 67
- 图表 20：2019-2022年雅仕维收入构成 70
- 图表 21：2023-2029年中国机场广告市场规模预测 85
- 图表 22：全国主要千万级机场广告合作方式及经营范围 89

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202306/365983.html>