2024-2030年中国地铁广告行业分析与市场全景评估报告

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

《2024-2030年中国地铁广告行业分析与市场全景评估报告》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/202401/434338.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

中企顾问网发布的《2024-2030年中国地铁广告行业分析与市场全景评估报告》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： 第一部分 行业发展现状 1 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 5 三、广告的分类和主要形式 5 四、广告媒体简介 8 第二节 地铁广告 9 一、地铁广告的概念 9 二、地铁广告的划分 10 三、地铁广告的主要功能 11 四、地铁广告媒体 13 五、地铁广告的特征 13 第二章 国外广告行业发展分析 15 第一节 世界广告行业发展概况 15 一、广告经营状况 15 二、世界广告业排名状况分析 16 三、世界广告业发展状况 16 第二节 世界广告业发展状况分析 17 一、世界广告业发展规模分析 17 二、世界广告业发展特点分析 18 三、世界广告发展存在的问题 19 四、世界广告企业竞争分析 20 第三节 广告市场分析 20 一、广告市场格局分析 20 二、戛纳广告节的开展情况 20 三、广告支出情况分析 22 四、地铁广告开支额 23 五、欧债危机对广告行业的冲击 23 六、中国对广告市场的贡献 23 第四节 世界广告业发展趋势分析 24 一、世界广告发展新趋势变化 24 二、地铁广告发展前景分析 25 三、广告支出增长预测 26 四、广告预算情况 26 五、广告行业发展前景 26 第三章 世界地铁广告业发展分析 27 第一节 世界地铁广告业发展分析 27 一、美国地铁广告业发展分析 27 二、日本地铁广告业发展分析 27 三、俄罗斯地铁广告业发展分析 28 第二节 世界地铁广告市场需求分析 29 一、世界地铁广告市场需求量分析 29 二、世界地铁广告策划分析 29 三、国外企业进军中国市场情况 30 四、世界地铁广告业竞争分析 32 第三节 世界地铁广告市场发展趋势分析 32 一、世界地铁广告区域发展 32 二、世界轨道交通发展趋势 32 第四章 我国广告行业发展现状 34 第一节 中国广告行业综合状况分析 34 一、中国本土广告业发展现状 34 二、中国广告产业在外资重压下发展 38 三、中国本土广告公司的SWOT分析 38 四、国家政策促进广告业发展 40 第二节 我国广告市场发展分析 45 一、中国广告发展现状 45 二、内地广告市场规模分析 46 三、中国广告市场价值分析 47 四、中国广告市场的投放额 48 五、广告行业人才供求情况 52 六、广告市场面临的挑战 52 第三节 我国广告市场规范情况 53 一、全国查处互联网广告案件情况 53 二、广告业存在的主要问题探讨 53 三、中国广告行业新的自律规则 57 四、广告行业结盟维护创意版权 58 第五章 我国地铁广告行业发展分析 59 第一节 中国地铁广告行业概况 59 一、中国地铁广告发展历程 59 二、中国地铁广告的产品类别 61 三、中国的地铁广告产业的整合分析 62 四、跨行业合作形势下地铁广告的优势 62 第二节 中国地铁广告市

场发展现状 63 一、地铁广告的投放特点 63 二、地铁广告对用户消费的影响 64 三、地铁广告发展形式分析 65 四、地铁广告规范情况分析 66 五、针对地铁广告存在问题的对策 68 六、我国主要城市地铁广告发展策略 68 第三节 地铁广告市场空间分析 69 一、中国地铁广告市场规模 69 二、地铁广告市场规模预测 73 第四节 中国地铁广告的相关政策分析 73 一、法律因素在地铁广告发展中的作用 73 二、地铁广告在高速发展中趋于健全规范 76 三、地铁广告规范与发展的法律策略分析 76 第六章 中国地铁广告受众及投放分析 78 第一节 地铁广告的投放原因及特点 78 一、投放地铁广告的原因 78 二、地铁广告在广告媒体中的地位 78 三、地铁广告接受度情况分析 79 四、制约地铁广告发展的瓶颈 80 第二节 地铁广告受众分析 81 一、受众接触地铁广告的黄金时间 81 二、受众最感兴趣的广告形式 81 三、受众最感兴趣的广告内容 82 第三节 影响地铁广告投放的要素分析 83 一、影响地铁广告投放宏观因素分析 83 二、吸引受众的最重要的要素 84 三、消费热点决定记忆程度 84 四、地铁广告投放策略建议 85 第七章 地铁广告主要形式发展分析 87 第一节 车载电视 87 一、车载电视的介绍 87 二、车载电视广告的优势 87 三、车载电视广告发展分析 88 第二节 站台PIS 88 一、站台PIS的介绍 88 二、站台PIS广告的优势 88 三、站台PIS发展分析 89 第三节 地铁LED数字媒体 89 一、地铁LED数字媒体的介绍 89 二、地铁LED数字媒体广告的优势 89 三、地铁LED数字媒体广告的关注度 90 四、地铁LED数字媒体发展分析 90 第四节 车厢内海报 91 一、车厢内海报的介绍 91 二、车厢内海报广告的优势 91 三、车厢内海报广告的关注度 91 四、车厢内海报广告发展分析 92 第五节 灯箱广告发展分析 92 一、灯箱广告的介绍 92 二、灯箱广告的优势 93 三、灯箱广告的关注度 94 四、灯箱广告发展分析 94 第二部分 行业竞争格局 95 第八章 地铁广告区域市场竞争力比较 95 第一节 北京 95 一、伦敦奥运地铁广告全面启动 95 二、北京各大重要行业地铁广告发展分析 95 三、北京地铁广告业发展存在的问题分析 97 四、北京地铁广告业发展情况分析 98 第二节 上海 98 一、上海市地铁广告业发展特点分析 98 二、上海地铁广告业的效益优势分析 100 三、地铁广告公司经营状况及策略分析 101 四、上海地铁广告业发展情况分析 101 第三节 广东 102 一、地铁广告业发展阶段分析 102 二、地铁广告业发展状况综合分析 102 三、地铁广告业竞争状况分析 103 四、广东地铁广告业发展分析 103 第九章 中国地铁广告市场竞争分析 104 第一节 中国各种广告形式市场竞争综合分析 104 一、地铁广告与传统广告行业竞争分析 104 二、新媒体对地铁广告的压力 104 三、中国广告业界软硬广告竞争分析 105 四、央视重点时段广告竞争分析 105 五、移动广告行业竞争形势分析 107 第二节 中国地铁广告业竞争状况分析 107 一、中国地铁广告品牌竞争分析 107 二、中国地铁广告价格竞争分析 108 三、中国地铁广告竞争战略分析 109 第十章 地铁广告企业竞争策略分析 111 第一节 地铁广告市场竞争策略分析 111 一、地铁广告市场增长潜力分

析 111 二、地铁广告主要潜力品种分析 111 三、现有地铁广告产品竞争策略分析 111 四、潜力地铁广告品种竞争策略选择 112 五、典型企业产品竞争策略分析 112 第二节 地铁广告企业竞争策略分析 113 一、欧债危机对地铁广告行业竞争格局的影响 113 二、欧债危机后地铁广告行业竞争格局的变化 113 三、我国地铁广告市场竞争趋势 113 四、地铁广告行业竞争格局展望 113 五、地铁广告行业竞争策略分析 114 六、地铁广告企业竞争策略分析 114 第十一章 地铁广告重点企业竞争分析 115 第一节 分众传媒控股有限公司 115 一、企业概况 115 二、竞争优势分析 116 三、经营状况 118 （一）企业偿债能力分析 118 （二）企业运营能力分析 119 （三）企业盈利能力分析 119 四、发展战略 120 第二节 华视传媒集团有限公司 122 一、企业概况 122 二、竞争优势分析 123 三、经营状况 125 （一）企业偿债能力分析 125 （二）企业运营能力分析 127 （三）企业盈利能力分析 128 四、发展战略 130 第三节 航美传媒集团有限公司 130 一、企业概况 130 二、竞争优势分析 132 三、经营状况 133 （一）企业偿债能力分析 133 （二）企业运营能力分析 135 （三）企业盈利能力分析 136 四、发展战略 139 第四节 海南白马广告媒体投资有限公司 139 一、企业概况 139 二、竞争优势分析 140 三、经营状况 141 （一）企业偿债能力分析 141 （二）企业运营能力分析 143 （三）企业盈利能力分析 143 四、发展战略 144 第五节 德高中国集团有限公司 145 一、企业概况 145 二、竞争优势分析 146 三、经营状况 147 （一）企业偿债能力分析 147 （二）企业运营能力分析 147 （三）企业盈利能力分析 147 四、发展战略 147 第六节 TOM集团有限公司 148 一、企业概况 148 二、竞争优势分析 148 三、经营状况 149 （一）企业偿债能力分析 149 （二）企业运营能力分析 151 （三）企业盈利能力分析 151 四、发展战略 152 第七节 北京地下铁道通成广告有限公司 153 一、企业概况 153 （一）企业偿债能力分析 153 （二）企业运营能力分析 153 （三）企业盈利能力分析 154 二、竞争优势分析 154 第八节 上海雅仕维广告有限公司 156 一、企业概况 156 二、竞争优势分析 157 三、经营状况 158 （一）企业偿债能力分析 158 （二）企业运营能力分析 158 （三）企业盈利能力分析 159 四、发展战略 159 第九节 上海机场德高动量广告公司 159 一、企业概况 159 二、竞争优势分析 160 三、经营状况 160 （一）企业偿债能力分析 160 （二）企业运营能力分析 161 （三）企业盈利能力分析 161 四、发展战略 161 第十节 北京巴士传媒股份有限公司 161 一、企业概况 161 二、竞争优势分析 162 三、经营状况 163 （一）企业偿债能力分析 163 （二）企业运营能力分析 164 （三）企业盈利能力分析 165 四、发展战略 166 第三部分 行业前景预测 167 第十二章 地铁广告行业发展趋势分析 167 第一节 中国广告行业发展趋势分析 167 一、中国广告业发展新动向 167 二、中国广告市场趋势解析 167 三、中国广告行业发展前景 168 四、中国对广告市场的推动 168 五、中国广告市场发展与新媒体趋势 169 第二节 中国地铁广告市场趋势前景分析

169 一、中国地铁广告市场发展前景 169 二、中国地铁广告市场潜力分析 169 三、中国地铁广告发展趋势分析 170 第十三章 未来地铁广告行业发展预测 171 第一节 国际地铁广告市场预测 171 一、地铁广告行业供给预测 171 二、地铁广告市场需求前景 172 三、地铁广告市场价格预测 172 第二节 国内地铁广告市场预测 172 一、国内地铁广告行业供给预测 172 二、国内地铁广告行业规模预测 173 三、国内地铁广告市场需求前景 173 四、国内地铁广告市场价格预测 174 五、国内地铁广告行业集中度预测 175 第四部分 投资战略研究 177 第十三章 地铁广告行业投资现状分析 177 第一节 地铁广告行业投资情况分析 177 一、总体投资及结构 177 二、投资规模情况 177 三、投资增速情况 178 四、分地区投资分析 178 五、外商投资情况 179 第二节 地铁广告行业投资情况分析 179 一、总体投资及结构 179 二、投资规模情况 179 三、投资增速情况 180 四、分地区投资分析 180 五、外商投资情况 181 第十四章 地铁广告行业投资环境分析 182 第一节 经济发展环境分析 182 一、我国宏观经济运行情况 182 二、我国宏观经济形势分析 192 三、投资趋势及其影响预测 194 第二节 政策法规环境分析 196 一、地铁广告行业政策环境 196 二、国内宏观政策对其影响 206 三、行业产业政策对其影响 207 第三节 社会发展环境分析 208 一、国内社会环境发展现状 208 二、社会环境发展分析 211 三、社会环境对行业的影响分析 221 第十五章 地铁广告行业投资机会与风险 223 第一节 地铁广告行业投资效益分析 223 一、地铁广告行业投资状况分析 223 二、地铁广告行业投资效益分析 223 三、地铁广告行业投资趋势预测 224 四、地铁广告行业的投资方向 225 五、投资建议 225 六、新进入者应注意的障碍因素分析 226 第二节 影响地铁广告行业发展的主要因素 227 一、影响地铁广告行业运行的有利因素分析 227 二、影响地铁广告行业运行的稳定因素分析 227 三、影响地铁广告行业运行的不利因素分析 228 四、我国地铁广告行业发展面临的挑战分析 228 五、我国地铁广告行业发展面临的机遇分析 229 第三节 地铁广告行业投资风险及控制策略分析 230 一、地铁广告行业市场风险及控制策略 230 二、地铁广告行业政策风险及控制策略 230 三、地铁广告行业经营风险及控制策略 230 四、地铁广告行业技术风险及控制策略 231 五、地铁广告同业竞争风险及控制策略 231 六、地铁广告行业其他风险及控制策略 232 第十六章 地铁广告行业投资战略研究 233 第一节 地铁广告行业发展战略研究 233 一、战略综合规划 233 二、技术开发战略 233 三、业务组合战略 235 四、区域战略规划 236 五、产业战略规划 236 六、营销品牌战略 237 七、竞争战略规划 238 第二节 对我国地铁广告品牌的战略思考 238 一、企业品牌的重要性 238 二、地铁广告实施品牌战略的意义 239 三、地铁广告企业品牌的现状分析 240 四、我国地铁广告企业的品牌战略 241 五、地铁广告品牌战略管理的策略 242 第三节 地铁广告行业投资战略研究 242 一、广告行业投资战略 242 二、我国地铁广告行业投资战略 243 三、地铁广告行业投资战略 243 四、细分行业投资

战略 244 略••••完整报告请咨询客服

详细请访问：http://www.cction.com/report/202401/434338.html