

2018年中国地铁广告行业分析报告- 市场运营态势与发展前景研究

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2018年中国地铁广告行业分析报告-市场运营态势与发展前景研究》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：<http://baogao.chinabaogao.com/guanggaochuanmei/360870360870.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

作为大型城市标志性的公共交通工具，地铁已经成为城市的代名词和风景线。地铁乘客涉及各行各业，区域人流密集，受众流动性大，有些线路和站点由于具有很强的地域特点或者艺术氛围，成为特定商品广告发布的最佳载体。

地铁广告属于室内广告，不像户外广告易受天气影响，具有关注时间长、传播广、可以实时体验、新技术应用前景广阔等特点。此外，地铁广告发布管理较为规范、体系完整、竞争相对不激烈、发布环节少，地铁发达的网络还可以很好地融合线上线下广告发布新模式。所以地铁广告近年来增长速度较快，在广告市场中所占份额逐渐扩大，受到越来越多广告主的青睐。

根据《中国媒体市场概览》报告统计数据显示，主要媒体广告市场除了户外广告、信息流广告有所增长外，其他广告市场处于平台期。其中户外广告涵盖了地铁广告。

目前影响广告市场整体情况的主要因素有：经济增速的放缓；广告市场划分，新的广告形式不断被引入，广告市场构成日渐复杂多样；经济脱虚向实，造成虚拟广告市场增势趋缓、实体广告市场稳增的局面。

在广告市场整体转型趋势之下，实体户外（包含地铁）广告类型的分化和新媒体日渐融合，使得户外广告逆势上扬。其中，地铁广告投放类型越来越精细，广告主按照面向的群体特点，选择不同线路或者站点进行广告投放。比如地铁8号线奥林匹克公园站，就成为众多体育品牌商家和演绎活动组织者的不二之选。

地铁广告属于后发广告，在各项社会公共基础完善的条件下，保障了其既可以承载传统广告发布形式，也可以依托视频、音频、图像、文字以及新媒体发布多类型融合的广告，形式多样，类型广泛。地铁广告得益于上述特色优势，必然成为广告主的关注所在。

地铁广告存在多年，但产生轰动效应始于2017年3月份。“网易云音乐”在浙江杭州地铁车厢内做了一期红色背景的“乐评专列”，主打内容是思乡、情感、奋斗。活动上线首周，“网易云音乐”的百度指数同比上升80%，微信指数增幅174%。6月份，腾讯体育和NBA在北京地铁10号线开通“NBA热血专列”，主打内容是实体参与感触。此外还有知乎、京东、陌陌、58同城的营销广告也纷纷在地铁内展开。可以看出，地铁广告具有发布广告多样化的优势。

各行业巨头尤其是互联网行业巨头，纷纷将目光投向地铁广告，说明广告市场正在加

速线上线下融合，为地铁广告市场进一步拓展提供了良好的契机。在这种情形下，地铁广告投放量必然呈现出良好上升态势。

观研天下发布的《2018年中国地铁广告行业分析报告-市场运营态势与发展前景研究》内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

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

第二章国外广告行业发展分析

第一节世界广告行业发展概况

- 一、2016-2018年全球广告经营状况
- 二、2017年世界广告业排名状况分析
- 三、2016-2018年世界广告业发展状况

第二节2017年世界广告业发展状况分析

- 一、2017年世界广告业发展规模分析
- 二、2017年世界广告业发展特点分析
- 三、2017年世界广告发展存在的问题
- 四、2017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、2015年戛纳广告节的开展情况
- 三、2016-2018年全球广告支出情况分析
- 四、2017年全球地铁广告开支额
- 五、2017年欧债危机对广告行业的冲击
- 六、2016-2018年中国对全球广告市场的贡献

第四节2018-2024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、2017年全球广告支出增长预测
- 四、2016-2018年全球广告预算情况
- 五、2018-2024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2017年世界地铁广告业发展分析

- 一、2017年美国地铁广告业发展分析
- 二、2017年日本地铁广告业发展分析
- 三、2017年俄罗斯地铁广告业发展分析

第二节2017年世界地铁广告市场需求分析

- 一、2017年世界地铁广告市场需求量分析
- 二、2017年世界地铁广告策划分析
- 三、2017年国外企业进军中国市场情况
- 四、2017年世界地铁广告业竞争分析

第三节2018-2024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、2016-2018年中国广告发展现状
- 二、2017年内地广告市场规模分析
- 三、2017年中国广告市场价值分析
- 四、2017年中国广告市场的投放额
- 五、2017年广告行业人才供求情况
- 六、2017年广告市场面临的挑战

第三节我国广告市场规范情况

- 一、2017年中国查处广告违法案件情况
- 二、2017年广告业存在的主要问题探讨
- 三、2017年中国广告行业新的自律规则
- 四、2017年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

- 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、2017年中国地铁广告市场规模
- 二、2017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、2016-2018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、2016-2018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、2016-2018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、2016-2018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、2016-2018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、2017年北京各大重要行业地铁广告发展分析
- 三、2017年北京地铁广告业发展存在的问题分析
- 四、2017年北京地铁广告业发展情况分析

第二节上海

- 一、2017年上海市地铁广告业发展特点分析
- 二、2017年上海地铁广告业的效益优势分析
- 三、2017年地铁广告公司经营状况及策略分析
- 四、2017年上海地铁广告业发展情况分析

第三节广东

- 一、2017年地铁广告业发展阶段分析
- 二、2017年地铁广告业发展状况综合分析

三、2017年地铁广告业竞争状况分析

四、2017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2017年中国各种广告形式市场竞争综合分析

一、2017年地铁广告与传统广告行业竞争分析

二、2017年新媒体对地铁广告的压力

三、2017年中国广告业界软硬广告竞争分析

四、2016-2018年央视重点时段广告竞争分析

五、2016-2018年移动广告行业竞争形势分析

第二节2017年中国地铁广告业竞争状况分析

一、2017年中国地铁广告品牌竞争分析

二、2017年中国地铁广告价格竞争分析

三、2017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、2017年地铁广告市场增长潜力分析

二、2017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、2018-2024年我国地铁广告市场竞争趋势

四、2018-2024年地铁广告行业竞争格局展望

五、2018-2024年地铁广告行业竞争策略分析

六、2018-2024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、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第二节华视传媒集团有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第三节航美传媒集团有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第四节海南白马广告媒体投资有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第五节德高中国集团有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第六节TOM集团有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第七节北京地下铁道通成广告有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第八节上海雅仕维广告有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第九节上海机场德高动量广告公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第十节北京巴士传媒股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

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、2017年中国广告市场趋势解析

三、2018-2024年中国广告行业发展前景

四、2016-2018年中国对全球广告市场的推动

五、2017年中国广告市场发展与新媒体趋势

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2018-2024年国际地铁广告市场预测

一、2018-2024年全球地铁广告行业供给预测

二、2018-2024年全球地铁广告市场需求前景

三、2018-2024年全球地铁广告市场价格预测

第二节2018-2024年国内地铁广告市场预测

一、2018-2024年国内地铁广告行业供给预测

二、2018-2024年国内地铁广告行业规模预测

三、2018-2024年国内地铁广告市场需求前景

四、2018-2024年国内地铁广告市场价格预测

五、2018-2024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2017年地铁广告行业投资情况分析

- 一、2017年总体投资及结构
- 二、2017年投资规模情况
- 三、2017年投资增速情况
- 四、2017年分地区投资分析
- 五、2017年外商投资情况

第二节2017年地铁广告行业投资情况分析

- 一、2017年总体投资及结构
- 二、2017年投资规模情况
- 三、2017年投资增速情况
- 四、2017年分地区投资分析
- 五、2017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、2016-2018年我国宏观经济运行情况
- 二、2018-2024年我国宏观经济形势分析
- 三、2018-2024年投资趋势及其影响预测

第二节政策法规环境分析

- 一、2017年地铁广告行业政策环境
- 二、2017年国内宏观政策对其影响
- 三、2017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、2017年社会环境发展分析
- 三、2018-2024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、2016-2018年地铁广告行业投资状况分析
- 二、2018-2024年地铁广告行业投资效益分析
- 三、2018-2024年地铁广告行业投资趋势预测
- 四、2018-2024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、2018-2024年影响地铁广告行业运行的有利因素分析
- 二、2018-2024年影响地铁广告行业运行的稳定因素分析
- 三、2018-2024年影响地铁广告行业运行的不利因素分析
- 四、2018-2024年我国地铁广告行业发展面临的挑战分析
- 五、2018-2024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、2018-2024年地铁广告行业市场风险及控制策略
- 二、2018-2024年地铁广告行业政策风险及控制策略
- 三、2018-2024年地铁广告行业经营风险及控制策略
- 四、2018-2024年地铁广告行业技术风险及控制策略
- 五、2018-2024年地铁广告同业竞争风险及控制策略
- 六、2018-2024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、2017年广告行业投资战略
- 二、2017年我国地铁广告行业投资战略
- 三、2018-2024年地铁广告行业投资战略
- 四、2018-2024年细分行业投资战略

部分图表目录:

图表：2016-2018年全球广告支出

图表：世界不同地区广告费用支出增速

图表：2017年世界主要国家广告支出费用排名

图表：广告主营销观点调查

图表：北京地铁广告各类媒体投放情况

图表：中国移动广告平台市场整体规模及增长率（GYZQPT）

图表详见正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/guanggaochuanmei/360870360870.html>