

2019年中国电梯海报广告行业分析报告- 行业调查与发展商机研究

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《2019年中国电梯海报广告行业分析报告-行业调查与发展商机研究》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/432830432830.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

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

一、市场发展现状

电梯海报广告行业主要为客户提供电梯海报的广告投放服务。作为新媒体广告中的代表性媒介形式，城市楼宇电梯海报广告具备得天独厚的优势。电梯海报广告发布形式具有强制性、精准性、接触时间长、频次高、信息阅读较为充分、受互联网影响较小等优点，对于产品宣传、促销的效果明显，已经成为众多广告主十分重视的广告形式。

根据数据显示，2018年度我国广告主在电梯海报广告的刊例花费较2017年增长了24.90%，呈现出良好的发展态势，与电视、报纸、电台等传统媒介的发展受挫形成鲜明对比。2018年度各媒介广告刊例花费变化 数据来源：CTR媒介智讯《2018年中国广告市场回顾》

近年来，国内二、三线城市电梯海报广告价值得到进一步凸显，当地电梯海报广告业务量比重逐步上升。未来随着电梯海报广告行业发展重心逐步向二、三线城市偏移，二、三线城市电梯海报广告业务的发展将成为行业主要的收入增长点。

二、市场竞争格局

目前，国内电梯海报广告市场参与者众多，但集中度较高，年收入规模在亿元以上或者可以提供全国性投放的电梯海报广告公司主要有分众传媒、城市纵横、华语传媒、精视文化、新潮传媒等少数几家，行业第一梯队的“一超多强”格局已基本确立。未来，我国电梯海报广告行业的马太效应将更为显著，处于领先地位的主流企业将主导行业标准、引领行业发展方向，并占据绝大多数的市场份额。（ww）

全国性电梯海报广告媒体资源运营商

公司

基本情况

分众传媒

分众传媒主营业务为生活圈媒体的开发和运营，主要产品为楼宇媒体（包含楼宇屏幕媒体和框架平面媒体）、影院银幕广告媒体、卖场终端视频媒体等。

城市纵横

城市纵横主营业务为城市楼宇电梯海报媒体的开发、运营和广告发布服务，通过内部开发与外部合作相结合的方式，截至2018年12月31日在全国147个城市的3.23万个商业楼宇及社区拥有135.77万块可调度楼宇电梯海报广告版位资源，成为我国拥有全国性广告资源和发布能力的楼宇电梯海报广告行业领先企业之一。

华语传媒

华语传媒主营业务为楼宇电梯平面媒体的运营管理，建立了横跨一二三线城市的全国资源网络布局。

精视文化

系华闻传媒控股子公司，主营业务为楼宇电梯框架广告媒体资源的开发与运营，向广告主提

供精准的广告发布服务，此外也向部分广告代理公司提供媒介发布资源。

新潮传媒

根据公司官网介绍，其为“传统媒体+互联网”的科技媒体创新企业，媒体资源涵盖梯内电视、梯外电视以及电梯框架海报，具备全国性广告投放能力。

资料来源：公开资料整理

中国报告网是观研天下集团旗下打造的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2019年中国电梯海报广告行业分析报告-行业调查与发展商机研究》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。

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珠宝首饰机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、珠宝首饰机构、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、中国珠宝首饰、中国珠宝首饰、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家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】

第一章 2016-2018年中国电梯海报广告行业发展概述

第一节 电梯海报广告行业发展情况概述

- 一、电梯海报广告行业相关定义
- 二、电梯海报广告行业基本情况介绍
- 三、电梯海报广告行业发展特点分析

第二节 中国电梯海报广告行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、电梯海报广告行业产业链条分析
- 三、中国电梯海报广告行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国电梯海报广告行业生命周期分析

- 一、电梯海报广告行业生命周期理论概述
- 二、电梯海报广告行业所属的生命周期分析

第四节 电梯海报广告行业经济指标分析

- 一、电梯海报广告行业的赢利性分析
- 二、电梯海报广告行业的经济周期分析
- 三、电梯海报广告行业附加值的提升空间分析

第五节 中国电梯海报广告行业进入壁垒分析

- 一、电梯海报广告行业资金壁垒分析
- 二、电梯海报广告行业技术壁垒分析
- 三、电梯海报广告行业人才壁垒分析
- 四、电梯海报广告行业品牌壁垒分析
- 五、电梯海报广告行业其他壁垒分析

第二章 2016-2018年全球电梯海报广告行业市场发展现状分析

第一节 全球电梯海报广告行业发展历程回顾

第二节 全球电梯海报广告行业市场区域分布情况

第三节 亚洲电梯海报广告行业地区市场分析

- 一、亚洲电梯海报广告行业市场现状分析
- 二、亚洲电梯海报广告行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲电梯海报广告行业市场前景分析

第四节 北美电梯海报广告行业地区市场分析

- 一、北美电梯海报广告行业市场现状分析
- 二、北美电梯海报广告行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美电梯海报广告行业市场前景分析

第五节 欧盟电梯海报广告行业地区市场分析

- 一、欧盟电梯海报广告行业市场现状分析
- 二、欧盟电梯海报广告行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧盟电梯海报广告行业市场前景分析

第六节 2019-2025年世界电梯海报广告行业分布走势预测

第七节 2019-2025年全球电梯海报广告行业市场规模预测

第三章 中国电梯海报广告产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析
- 二、工业经济发展形势分析
- 三、社会固定资产投资分析
- 四、全社会消费品电梯海报广告总额
- 五、城乡居民收入增长分析
- 六、居民消费价格变化分析
- 七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国电梯海报广告行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状
- 二、行业主要政策法规

第三节 中国电梯海报广告产业社会环境发展分析

- 一、人口环境分析
- 二、教育环境分析
- 三、文化环境分析
- 四、生态环境分析
- 五、消费观念分析

第四章 中国电梯海报广告行业运行情况

第一节 中国电梯海报广告行业发展状况情况介绍

- 一、行业发展历程回顾
- 二、行业创新情况分析
- 三、行业发展特点分析

第二节 中国电梯海报广告行业市场规模分析

第三节 中国电梯海报广告行业供应情况分析

第四节 中国电梯海报广告行业需求情况分析

第五节 中国电梯海报广告行业供需平衡分析

第六节 中国电梯海报广告行业发展趋势分析

第五章 中国电梯海报广告所属行业运行数据监测

第一节 中国电梯海报广告所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国电梯海报广告所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国电梯海报广告所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章 2016-2018年中国电梯海报广告市场格局分析

第一节 中国电梯海报广告行业竞争现状分析

一、中国电梯海报广告行业竞争情况分析

二、中国电梯海报广告行业主要品牌分析

第二节 中国电梯海报广告行业集中度分析

一、中国电梯海报广告行业市场集中度分析

二、中国电梯海报广告行业企业集中度分析

第三节 中国电梯海报广告行业存在的问题

第四节 中国电梯海报广告行业解决问题的策略分析

第五节 中国电梯海报广告行业竞争力分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章 2016-2018年中国电梯海报广告行业需求特点与动态分析

第一节 中国电梯海报广告行业消费市场动态情况

第二节 中国电梯海报广告行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节电梯海报广告行业成本分析

第四节电梯海报广告行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国电梯海报广告行业价格现状分析

第六节 中国电梯海报广告行业平均价格走势预测

一、中国电梯海报广告行业价格影响因素

二、中国电梯海报广告行业平均价格走势预测

三、中国电梯海报广告行业平均价格增速预测

第八章 2016-2018年中国电梯海报广告行业区域市场现状分析

第一节 中国电梯海报广告行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区电梯海报广告市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区电梯海报广告市场规模分析

四、华东地区电梯海报广告市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区电梯海报广告市场规模分析

四、华中地区电梯海报广告市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区电梯海报广告市场规模分析

四、华南地区电梯海报广告市场规模预测

第九章 2016-2018年中国电梯海报广告行业竞争情况

第一节 中国电梯海报广告行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 中国电梯海报广告行业SWOT分析

一、行业优势分析

二、行业劣势分析

三、行业机会分析

四、行业威胁分析

第三节 中国电梯海报广告行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章电梯海报广告行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第十一章 2019-2025年中国电梯海报广告行业发展前景分析与预测

第一节 中国电梯海报广告行业未来发展前景分析

一、电梯海报广告行业国内投资环境分析

二、中国电梯海报广告行业市场机会分析

三、中国电梯海报广告行业投资增速预测

第二节 中国电梯海报广告行业未来发展趋势预测

第三节 中国电梯海报广告行业市场发展预测

一、中国电梯海报广告行业市场规模预测

二、中国电梯海报广告行业市场规模增速预测

三、中国电梯海报广告行业产值规模预测

四、中国电梯海报广告行业产值增速预测

五、中国电梯海报广告行业供需情况预测

第四节 中国电梯海报广告行业盈利走势预测

一、中国电梯海报广告行业毛利润同比增速预测

二、中国电梯海报广告行业利润总额同比增速预测

第十二章 2019-2025年中国电梯海报广告行业投资风险与营销分析

第一节 电梯海报广告行业投资风险分析

一、电梯海报广告行业政策风险分析

二、电梯海报广告行业技术风险分析

三、电梯海报广告行业竞争风险

四、电梯海报广告行业其他风险分析

第二节 电梯海报广告行业企业经营发展分析及建议

一、电梯海报广告行业经营模式

二、电梯海报广告行业销售模式

三、电梯海报广告行业创新方向

第三节 电梯海报广告行业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第十三章 2019-2025年中国电梯海报广告行业发展战略及规划建议

第一节 中国电梯海报广告行业品牌战略分析

一、电梯海报广告企业品牌的重要性

二、电梯海报广告企业实施品牌战略的意义

三、电梯海报广告企业品牌的现状分析

四、电梯海报广告企业的品牌战略

五、电梯海报广告品牌战略管理的策略

第二节 中国电梯海报广告行业市场重点客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、对重点客户的营销策略

四、强化重点客户的管理

五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国电梯海报广告行业战略综合规划分析

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

第十四章 2019-2025年中国电梯海报广告行业发展策略及投资建议

第一节 中国电梯海报广告行业产品策略分析

一、服务产品开发策略

二、市场细分策略

三、目标市场的选择

第二节 中国电梯海报广告行业定价策略分析

第三节 中国电梯海报广告行业营销渠道策略

一、电梯海报广告行业渠道选择策略

二、电梯海报广告行业营销策略

第四节 中国电梯海报广告行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国电梯海报广告行业重点投资区域分析

二、中国电梯海报广告行业重点投资产品分析

图表详见正文

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/guanggaochuanmei/432830432830.html>