

中国地铁广告行业市场调研与发展规划研究报告 (2014-2019)

报告大纲

一、报告简介

观研报告网发布的《中国地铁广告行业市场调研与发展规划研究报告（2014-2019）》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/guanggao/193827193827.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

地铁作为一个现代和特殊的交通类广告载体，兼有普通户外交通媒体与室内POP、灯箱媒体的传播特性，其优势是非常明显的。然而，一方面是地铁经济的如火如荼，另一方面地铁广告却显得有些创意不足。

从广告主的角度看，相当部分广告主未能充分认识到地铁的优势。随着经济水平的提高，越来越多的人在出行时将优先考虑地铁。

从广告公司的角度看，主观上国内广告公司入门门槛低，数量多，水平参差不齐，很多广告公司对地铁这种媒体缺乏研究，自然也就无法为客户进行广告投放了；客观上地铁作为一个新兴媒体，其发展过程比较短，国内广告公司在这面积累的经验不多。

从地铁媒体自身经营来看，从注重技术到开始关注营销，同样是新手上路。由于地铁运营管理的特殊性，月台内广告在画面更换上需要避开列车运行和调试，造成了业内对地铁媒体的反应速度有些偏见，认为其较其他户外媒体如公交车车身、户外候车亭等来得迟缓。

作为更加直接的表现，地铁广告在地铁文化中扮演了举足轻重的角色。一方面，令人赏心悦目的广告内容广告形式能够美化环境，很好地点缀站台点缀车厢。另一方面，由于地铁环境作为一个相对封闭的空间，乘客对广告的注意力会大幅上升，在这种情况下，缺乏创意的广告将会引起乘客的逆反、批判心理。

报告目录：

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、2013-2014年全球广告经营状况

二、世界广告业发展状况

第二节 2013-2014年世界广告业发展状况分析

- 一、世界广告业发展规模分析
- 二、世界广告业发展特点分析
- 三、世界广告发展存在的问题
- 四、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、戛纳广告节的开展情况
 - 三、全球广告支出情况分析
 - 四、全球地铁广告开支额
 - 五、欧债危机对广告行业的冲击
- 第四节 2014-2019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、2013年全球广告支出增长预测
 - 四、2013-2015年全球广告预算情况
 - 五、2014-2019年广告行业发展前景
- 第三章2013-2014年世界地铁广告业发展分析
 - 第一节年世界地铁广告业发展分析
 - 一、年美国地铁广告业发展分析
 - 二、年日本地铁广告业发展分析
 - 三、年俄罗斯地铁广告业发展分析
 - 第二节年世界地铁广告市场需求分析
 - 一、年世界地铁广告市场需求量分析
 - 二、年世界地铁广告策划分析
 - 三、年国外企业进军中国市场情况
 - 四、年世界地铁广告业竞争分析
 - 第三节 2014-2019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、2013-2014年中国广告发展现状
- 二、2014年内地广告市场规模分析
- 三、2014年中国广告市场价值分析
- 四、2014年中国广告市场的投放额
- 五、2014年广告行业人才供求情况
- 六、2014年广告市场面临的挑战

第三节 我国广告市场规范情况

- 一、2013-2014年中国查处广告违法案件情况
- 二、2013-2014年广告业存在的主要问题探讨
- 三、2013-2014年中国广告行业新的自律规则
- 四、2013-2014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、2013年中国地铁广告市场规模
- 二、2014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、2013-2014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、2013-2014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、2013-2014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、2013-2014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、2013-2014年灯箱广告发展分析

第八章2013-2014年地铁广告区域市场竞争力比较

第一节 北京

一、2012年伦敦奥运地铁广告全面启动

二、2013-2014年北京各大重要行业地铁广告发展分析

三、2013-2014年北京地铁广告业发展存在的问题分析

第二节 上海

一、2013-2014上海市地铁广告业发展特点分析

二、2013-2014年上海地铁广告业的效益优势分析

三、2013-2014年地铁广告公司经营状况及策略分析

第三节 广东

一、2013-2014年地铁广告业发展阶段分析

二、2013-2014年地铁广告业发展状况综合分析

三、2013-2014年地铁广告业竞争状况分析

第九章 中国地铁广告市场竞争分析

第一节 2013-2014年中国各种广告形式市场竞争综合分析

一、2013-2014年地铁广告与传统广告行业竞争分析

二、2013-2014年新媒体对地铁广告的压力

三、2013-2014年中国广告业界软硬广告竞争分析

四、2013-2014年央视重点时段广告竞争分析

五、2013-2014年移动广告行业竞争形势分析

第二节2013-2014年中国地铁广告业竞争状况分析

一、2013-2014年中国地铁广告品牌竞争分析

二、2013-2014年中国地铁广告价格竞争分析

三、2013-2014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、2013年地铁广告市场增长潜力分析

二、2013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、2014-2019年我国地铁广告市场竞争趋势

四、2014-2019年地铁广告行业竞争格局展望

五、2014-2019年地铁广告行业竞争策略分析

六、2014-2019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、企业基本情况

二、企业主要经济指标

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第二节 华视传媒集团有限公司

一、企业基本情况

二、企业主要经济指标

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第三节 航美传媒集团有限公司

一、企业基本情况

二、企业主要经济指标

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第四节 海南白马广告媒体投资有限公司

一、企业基本情况

二、企业主要经济指标

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第五节 德高中国集团有限公司

一、企业基本情况

二、企业主要经济指标

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第六节 TOM集团有限公司

一、企业基本情况

二、企业主要经济指标

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第七节 北京地下铁道通成广告有限公司

一、企业基本情况

二、企业主要经济指标

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第八节 上海雅仕维广告有限公司

一、企业基本情况

二、企业主要经济指标

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第九节 上海机场德高动量广告公司

一、企业基本情况

二、企业主要经济指标

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第十节 北京巴士传媒股份有限公司

一、企业基本情况

二、企业主要经济指标

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

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、2013年中国广告市场趋势解析

三、2014-2019年中国广告行业发展前景

四、2011-2012年中国对全球广告市场的推动

五、2013年中国广告市场发展及新媒体趋势

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 2014-2019年国际地铁广告市场预测

一、2014-2019年全球地铁广告行业供给预测

二、2014-2019年全球地铁广告市场需求前景

三、2014-2019年全球地铁广告市场价格预测

第二节 2014-2019年国内地铁广告市场预测

一、2014-2019年国内地铁广告行业供给预测

二、2014-2019年国内地铁广告行业规模预测

三、2014-2019年国内地铁广告市场需求前景

四、2014-2019年国内地铁广告市场价格预测

五、2014-2019年国内地铁广告行业集中度预测

特别说明：报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，并有助于降低企事业单位投资风险。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/guanggao/193827193827.html>