

# 2016-2022年中国地铁广告产业现状分析与发展定位分析报告

报告大纲

观研报告网

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

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2016-2022年中国地铁广告产业现状分析与发展定位分析报告》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/238686238686.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

中国报告网发布的《2016-2022年中国地铁广告产业现状分析与发展定位分析报告》首先介绍了地铁广告行业市场相关概念、分类、应用、经营模式，行业全球及中国市场现状，产业政策生产工艺技术等，接着统计了行业部分企业盈利、负债、成长能力等详细数据，对行业现有竞争格局与态势做了深度剖析；结合产业上下游市场、营销渠道及中国政策环境，经济环境，对行业未来投资前景作出审慎分析与预测。

### 第一部分 行业发展现状 23

#### 第一章 地铁广告行业发展概述 23

##### 第一节 广告简介 23

###### 一、广告的概念 23

###### 二、广告的本质特点和要素 25

###### 三、广告的分类和主要形式 25

###### 四、广告媒体简介 27

##### 第二节 地铁广告 29

###### 一、地铁广告的概念 29

###### 二、地铁广告的划分 29

###### 三、地铁广告的主要功能 30

###### 四、地铁广告媒体 32

###### 五、地铁广告的特征 32

#### 第二章 国外广告行业发展分析 34

##### 第一节 世界广告行业发展概况 34

###### 一、2013-2015年全球广告经营状况 34

###### 二、2015年世界广告业排名状况分析 35

###### 三、2013-2015年世界广告业发展状况 38

##### 第二节 2015年世界广告业发展状况分析 40

###### 一、2015年世界广告业发展规模分析 40

###### 二、2015年世界广告业发展特点分析 41

###### 三、2015年世界广告发展存在的问题 42

###### 四、2015年世界广告企业竞争分析 44

##### 第三节 全球广告市场分析 44

###### 一、全球广告市场格局分析 44

###### 二、2015年戛纳广告节的开展情况 48

###### 三、2013-2015年全球广告支出情况分析 49

###### 四、2015年全球地铁广告开支额 51

- 五、2015年欧债危机对广告行业的冲击 51
- 六、2013-2015年中国对全球广告市场的贡献 52
- 第四节 2016-2021年世界广告业发展趋势分析 52
  - 一、世界广告发展新趋势变化 52
  - 二、地铁广告发展前景分析 56
  - 三、2015年全球广告支出增长预测 57
  - 四、2014-2015年全球广告预算情况 59
  - 五、2016-2021年广告行业发展前景 59
- 第三章 世界地铁广告业发展分析 63
  - 第一节 2015年世界地铁广告业发展分析 63
    - 一、2015年美国地铁广告业发展分析 63
    - 二、2015年日本地铁广告业发展分析 64
    - 三、2015年俄罗斯地铁广告业发展分析 65
  - 第二节 2015年世界地铁广告市场需求分析 66
    - 一、2015年世界地铁广告市场需求量分析 66
    - 二、2015年世界地铁广告策划分析 66
    - 三、2015年国外企业进军中国市场情况 67
    - 四、2015年世界地铁广告业竞争分析 68
  - 第三节 2016-2021年世界地铁广告市场发展趋势分析 69
    - 一、世界地铁广告区域发展 69
    - 二、世界轨道交通发展趋势 69
- 第四章 我国广告行业发展现状 74
  - 第一节 中国广告行业综合状况分析 74
    - 一、中国本土广告业发展现状 74
    - 二、中国广告产业在外资重压下发展 77
    - 三、中国本土广告公司的SWOT分析 79
    - 四、国家政策促进广告业发展 83
  - 第二节 我国广告市场发展分析 97
    - 一、2013-2015年中国广告发展现状 97
    - 二、2015年内地广告市场规模分析 97
    - 三、2015年中国广告市场价值分析 99
    - 四、2015年中国广告市场的投放额 100
    - 五、2015年广告行业人才供求情况 101
    - 六、2015年广告市场面临的挑战 103
  - 第三节 我国广告市场规范情况 105

一、2015年中国查处广告违法案件情况	105
二、2015年广告业存在的主要问题探讨	105
三、2015年中国广告行业新的自律规则	107
四、2015年广告行业结盟维护创意版权	107
第五章 我国地铁广告行业发展分析	108
第一节 中国地铁广告行业概况	108
一、中国地铁广告发展历程	108
二、中国地铁广告的产品类别	108
三、中国的地铁广告产业的整合分析	109
四、跨行业合作形势下地铁广告的优势	109
第二节 中国地铁广告市场发展现状	110
一、地铁广告的投放特点	110
二、地铁广告对用户消费的影响	110
三、地铁广告发展形式分析	111
四、地铁广告规范情况分析	111
五、针对地铁广告存在问题的对策	112
六、我国主要城市地铁广告发展策略	114
第三节 地铁广告市场空间分析	114
一、2015年中国地铁广告市场规模	114
二、2016年地铁广告市场规模预测	114
第四节 中国地铁广告的相关政策分析	115
一、法律因素在地铁广告发展中的作用	115
二、地铁广告在高速发展中趋于健全规范	119
三、地铁广告规范与发展的法律策略分析	119
第六章 中国地铁广告受众及投放分析	120
第一节 地铁广告的投放原因及特点	120
一、投放地铁广告的原因	120
二、地铁广告在广告媒体中的地位	120
三、地铁广告接受度情况分析	121
四、制约地铁广告发展的瓶颈	121
第二节 地铁广告受众分析	122
一、受众接触地铁广告的黄金时间	122
二、受众最感兴趣的广告形式	122
三、受众最感兴趣的广告内容	123
第三节 影响地铁广告投放的要素分析	125

- 一、影响地铁广告投放宏观因素分析 125
- 二、吸引受众的最重要的要素 125
- 三、消费热点决定记忆程度 127
- 四、地铁广告投放策略建议 127
- 第七章 地铁广告主要形式发展分析 129
  - 第一节 车载电视 129
    - 一、车载电视的介绍 129
    - 二、车载电视广告的优势 129
    - 三、2013-2015年车载电视广告发展分析 132
  - 第二节 站台PIS 133
    - 一、站台PIS的介绍 133
    - 二、站台PIS广告的优势 134
    - 三、2013-2015年站台PIS发展分析 134
  - 第三节 地铁LED数字媒体 135
    - 一、地铁LED数字媒体的介绍 135
    - 二、地铁LED数字媒体广告的优势 136
    - 三、地铁LED数字媒体广告的关注度 136
    - 四、2013-2015年地铁LED数字媒体发展分析 137
  - 第四节 车厢内海报 137
    - 一、车厢内海报的介绍 137
    - 二、车厢内海报广告的优势 138
    - 三、车厢内海报广告的关注度 138
    - 四、2013-2015年车厢内海报广告发展分析 138
  - 第五节 灯箱广告发展分析 139
    - 一、灯箱广告的介绍 139
    - 二、灯箱广告的优势 140
    - 三、灯箱广告的关注度 141
    - 四、2013-2015年灯箱广告发展分析 142
- 第二部分 行业竞争格局 144
- 第八章 地铁广告区域市场竞争力比较 144
  - 第一节 北京 144
    - 一、伦敦奥运地铁广告全面启动 144
    - 二、2015年北京各大重要行业地铁广告发展分析 144
    - 三、2015年北京地铁广告业发展存在的问题分析 145
    - 四、2015年北京地铁广告业发展情况分析 147

## 第二节 上海 148

- 一、2015年上海市地铁广告业发展特点分析 148
- 二、2015年上海地铁广告业的效益优势分析 148
- 三、2015年地铁广告公司经营状况及策略分析 149
- 四、2015年上海地铁广告业发展情况分析 149

## 第三节 广东 150

- 一、2015年地铁广告业发展阶段分析 150
- 二、2015年地铁广告业发展状况综合分析 150
- 三、2015年地铁广告业竞争状况分析 151
- 四、2015年广东地铁广告业发展分析 152

## 第九章 中国地铁广告市场竞争分析 153

### 第一节 2015年中国各种广告形式市场竞争综合分析 153

- 一、2015年地铁广告与传统广告行业竞争分析 153
- 二、2015年新媒体对地铁广告的压力 154
- 三、2015年中国广告业界软硬广告竞争分析 155
- 四、2013-2015年央视重点时段广告竞争分析 158
- 五、2013-2015年移动广告行业竞争形势分析 161

### 第二节 2015年中国地铁广告业竞争状况分析 162

- 一、2015年中国地铁广告品牌竞争分析 162
- 二、2015年中国地铁广告价格竞争分析 164
- 三、2015年中国地铁广告竞争战略分析 164

## 第十章 地铁广告企业竞争策略分析 166

### 第一节 地铁广告市场竞争策略分析 166

- 一、2015年地铁广告市场增长潜力分析 166
- 二、2015年地铁广告主要潜力品种分析 167
- 三、现有地铁广告产品竞争策略分析 167
- 四、潜力地铁广告品种竞争策略选择 168
- 五、典型企业产品竞争策略分析 168

### 第二节 地铁广告企业竞争策略分析 169

- 一、债危机对地铁广告行业竞争格局的影响 169
- 二、债危机后地铁广告行业竞争格局的变化 169
- 三、2016-2021年我国地铁广告市场竞争趋势 169
- 四、2016-2021年地铁广告行业竞争格局展望 170
- 五、2016-2021年地铁广告行业竞争策略分析 170
- 六、2016-2021年地铁广告企业竞争策略分析 171

## 第十一章 地铁广告重点企业竞争分析 172

### 第一节 分众传媒控股有限公司 172

- 一、企业概况 172
- 二、竞争优势分析 172
- 三、2013-2015年经营状况 173
  - (一) 企业偿债能力分析 173
  - (二) 企业运营能力分析 175
  - (三) 企业盈利能力分析 177
- 四、2016-2021年发展战略 178

### 第二节 华视传媒集团有限公司 179

- 一、企业概况 179
- 二、竞争优势分析 179
- 三、2013-2015年经营状况 179
  - (一) 企业偿债能力分析 179
  - (二) 企业运营能力分析 181
  - (三) 企业盈利能力分析 184
- 四、2016-2021年发展战略 185

### 第三节 航美传媒集团有限公司 186

- 一、企业概况 186
- 二、竞争优势分析 186
- 三、2013-2015年经营状况 187
  - (一) 企业偿债能力分析 187
  - (二) 企业运营能力分析 189
  - (三) 企业盈利能力分析 192
- 四、2016-2021年发展战略 193

### 第四节 海南白马广告媒体投资有限公司 194

- 一、企业概况 194
- 二、竞争优势分析 194
- 三、2013-2015年经营状况 195
  - (一) 企业偿债能力分析 195
  - (二) 企业运营能力分析 196
  - (三) 企业盈利能力分析 199
- 四、2016-2021年发展战略 200

### 第五节 德高中国集团有限公司 201

- 一、企业概况 201



二、竞争优势分析	201
三、2013-2015年经营状况	202
(一) 企业偿债能力分析	202
(二) 企业运营能力分析	203
(三) 企业盈利能力分析	206
四、2016-2021年发展战略	207
第六节 TOM集团有限公司	208
一、企业概况	208
二、竞争优势分析	208
三、2013-2015年经营状况	209
(一) 企业偿债能力分析	209
(二) 企业运营能力分析	211
(三) 企业盈利能力分析	213
四、2016-2021年发展战略	214
第七节 北京地下铁道通成广告有限公司	215
一、企业概况	215
(一) 企业偿债能力分析	215
(二) 企业运营能力分析	217
(三) 企业盈利能力分析	220
二、竞争优势分析	221
第八节 上海雅仕维广告有限公司	222
一、企业概况	222
二、竞争优势分析	222
三、2013-2015年经营状况	223
(一) 企业偿债能力分析	223
(二) 企业运营能力分析	224
(三) 企业盈利能力分析	227
四、2016-2021年发展战略	228
第九节 上海机场德高动量广告公司	229
一、企业概况	229
二、竞争优势分析	229
三、2013-2015年经营状况	230
(一) 企业偿债能力分析	230
(二) 企业运营能力分析	231
(三) 企业盈利能力分析	234

四、2016-2021年发展战略	235
第十节 北京巴士传媒股份有限公司	236
一、企业概况	236
二、竞争优势分析	236
三、2013-2015年经营状况	236
（一）企业偿债能力分析	236
（二）企业运营能力分析	238
（三）企业盈利能力分析	241
四、2016-2021年发展战略	242
第三部分 行业前景预测	244
第十二章 地铁广告行业发展趋势分析	244
第一节 中国广告行业发展趋势分析	244
一、中国广告业发展新动向	244
二、2015年中国广告市场趋势解析	250
三、2016-2021年中国广告行业发展前景	252
四、2012-2015年中国对全球广告市场的推动	252
五、2015年中国广告市场发展及新媒体趋势	253
第二节 中国地铁广告市场趋势前景分析	256
一、中国地铁广告市场发展前景	256
二、中国地铁广告市场潜力分析	257
三、中国地铁广告发展趋势分析	258
第十三章 未来地铁广告行业发展预测	259
第一节 2016-2021年国际地铁广告市场预测	259
一、2016-2021年全球地铁广告行业供给预测	259
二、2016-2021年全球地铁广告市场需求前景	259
三、2016-2021年全球地铁广告市场价格预测	260
第二节 2016-2021年国内地铁广告市场预测	260
一、2016-2021年国内地铁广告行业供给预测	260
二、2016-2021年国内地铁广告行业规模预测	261
三、2016-2021年国内地铁广告市场需求前景	261
四、2016-2021年国内地铁广告市场价格预测	262
五、2016-2021年国内地铁广告行业集中度预测	262
第四部分 投资战略研究	263
第十四章 地铁广告行业投资现状分析	263
第一节 2014年地铁广告行业投资情况分析	263

- 一、2014年总体投资及结构 263
- 二、2014年投资规模情况 263
- 三、2014年投资增速情况 264
- 四、2014年分地区投资分析 265
- 五、2014年外商投资情况 265
- 第二节 2015年地铁广告行业投资情况分析 266
  - 一、2015年总体投资及结构 266
  - 二、2015年投资规模情况 266
  - 三、2015年投资增速情况 267
  - 四、2015年分地区投资分析 268
  - 五、2015年外商投资情况 269
- 第十五章 地铁广告行业投资环境分析 270
  - 第一节 经济发展环境分析 270
    - 一、2013-2015年我国宏观经济运行情况 270
    - 二、2016-2021年我国宏观经济形势分析 280
    - 三、2016-2021年投资趋势及其影响预测 284
  - 第二节 政策法规环境分析 284
    - 一、2015年地铁广告行业政策环境 284
    - 二、2015年国内宏观政策对其影响 288
    - 三、2015年行业产业政策对其影响 288
  - 第三节 社会发展环境分析 290
    - 一、国内社会环境发展现状 290
    - 二、2015年社会环境发展分析 292
    - 三、2016-2021年社会环境对行业的影响分析 297
- 第十六章 地铁广告行业投资机会与风险 298
  - 第一节 地铁广告行业投资效益分析 298
    - 一、2013-2015年地铁广告行业投资状况分析 298
    - 二、2016-2021年地铁广告行业投资效益分析 298
    - 三、2016-2021年地铁广告行业投资趋势预测 299
    - 四、2016-2021年地铁广告行业的投资方向 299
    - 五、投资建议 300
    - 六、新进入者应注意的障碍因素分析 300
  - 第二节 影响地铁广告行业发展的主要因素 300
    - 一、2016-2021年影响地铁广告行业运行的有利因素分析 300
    - 二、2016-2021年影响地铁广告行业运行的稳定因素分析 302

三、2016-2021年影响地铁广告行业运行的不利因素分析	302
四、2016-2021年我国地铁广告行业发展面临的挑战分析	304
五、2016-2021年我国地铁广告行业发展面临的机遇分析	305
第三节 地铁广告行业投资风险及控制策略分析	305
一、2016-2021年地铁广告行业市场风险及控制策略	305
二、2016-2021年地铁广告行业政策风险及控制策略	306
三、2016-2021年地铁广告行业经营风险及控制策略	307
四、2016-2021年地铁广告行业技术风险及控制策略	308
五、2016-2021年地铁广告同业竞争风险及控制策略	309
六、2016-2021年地铁广告行业其他风险及控制策略	310
第十七章 地铁广告行业投资战略研究	311
第一节 地铁广告行业发展战略研究	311
一、战略综合规划	311
二、技术开发战略	311
三、业务组合战略	313
四、区域战略规划	313
五、产业战略规划	314
六、营销品牌战略	314
七、竞争战略规划	314
第二节 我国地铁广告品牌的战略思考	316
一、企业品牌的重要性	316
二、地铁广告实施品牌战略的意义	317
三、地铁广告企业品牌的现状分析	318
四、我国地铁广告企业的品牌战略	319
五、地铁广告品牌战略管理的策略	320
第三节 地铁广告行业投资战略研究	322
一、2016年广告行业投资战略	322
二、2016年我国地铁广告行业投资战略	323
三、2016-2021年地铁广告行业投资战略	324
四、2016-2021年细分行业投资战略	325
图表目录	
图表 1 全球十大广告市场发展趋势	39
图表 2 网络广告发展分析	40
图表 3 全球广告媒体播放时长	40
图表 4 主要媒体支出增长	50

图表 5 主要国家和地区广告支出 51

图表 6 广告支出增长趋势 58

图表 7 中国广告市场增长预测 75

图表 8 媒体广告投放 76

图表 9 各行业媒体广告投放 77

图表 10 广告品牌营销投资变化 77

特别说明：中国报告网所出具的报告会随时间，市场变化调整更新，帮助用户掌握最新市场行情。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/guanggaochuanmei/238686238686.html>