

中国地铁广告产业深度调查与投资前景预测报告 (2015-2020)

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《中国地铁广告产业深度调查与投资前景预测报告（2015-2020）》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/201449201449.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

伴随人们生活节奏的日益加快，生活内容的无比丰富，在日常生活中，能够使我们停留在某一特定地点或区域的因素和机会变得越来越少。

因此，对于广告、品牌推广等营销相关行业的从业者而言，如何能够更有效的吸引人群关注？就成为了营销人与媒体运营者思考的重要议题。更进一步讲，人们获取资讯的渠道之丰富程度是前所未有的，但与此同时，随着资讯渠道的大量产生，作为媒体行业中的任何单一组织，形式或渠道，都很难完全获得100%目标人群的关注。所以，当受众处于某一媒体环境中时，如何最大化的影响人群的关注，成为了该媒体从业者的最重要目标；同时，也为媒体从业者创造了新的机会。

想要吸引受众的关注，首要任务是需要将人群能够汇聚到某一特定的场所。作为众多进行如此尝试的媒体行业者之一，北京地下铁道通成广告有限公司通过多年来不断的努力，实践、创新、逐渐摸索出一条可以将传统户外媒体的影响力发挥至更广泛领域的道路，为地铁媒体创造品牌价值带来了令人兴奋的契机。地铁作为人们日常生活的重要交通工具，其不可复制的属性，使得“将大量人群聚合到某一特定场所”这一任务显得不那么困难，而这项属性，也是目前其他交通方式所无法比拟的。即便如此，北京地铁通成并没有满足，而是通过创造不同的、新鲜的、有价值的营销案例，将这一独特属性所赋予的优势条件发挥到更有效、更广的范畴。

在2013年的立顿、阿芙精油广告项目中，北京地铁通成运用广告产品独有的香味，在北京地铁国贸站厅广告区域内安装香味发射装置，从嗅觉、视觉两方面吸引乘客关注，成功运用味觉感知手段营销，摆脱了传统户外广告单一的视觉传播方式。

2014年伊始，北京地铁通成联手腾讯游戏共同为掌游产品《天天飞车》打造了一次影响甚广的游戏宣传。漫步在北京地铁6号线青年路站通向朝阳大悦城的通道中，人们仿佛置身于一长近50米的赛车跑道上，伴随着轰轰的车鸣声，带着流光的赛车正竞相驰骋，途经乘客的注意力都聚焦在这沉浸式互动广告组合上。富有动态效果的灯箱、墙贴画面组合、先进红外感应技术所呈现的赛车灯光及引擎声音效果、逼真的赛车跑道地贴，所有这一切都向乘客与途经路人发出不可抗拒的吸引信号。

借此实践，北京地铁通成将传统户外媒体的互动性与创新技术推向了一个新的高度。在地铁广告中，不再是简单的材料，技术，画面等条件的应用，而是引入网络化媒体的特点，使人们看到广告能即刻参与了解和使用所呈现产品。地铁广告能够有效与当下最流行的数字化网络媒体相结合，发挥各自的优势，加强对受众的互动，使此次广告的影响力不再局限于地铁通道本身，而是通过移动终端的快速、广泛的传播性，将宣传信息以几何倍数的速度发散，从而最大化的吸引了更多目标受众的关注与参与，也使得广告主的宣传目的达到最优效果。

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

第二节 2014年世界广告业发展状况分析

一、2014年世界广告业发展规模分析

二、2014年世界广告业发展特点分析

三、2014年世界广告发展存在的问题

第三节 全球广告市场分析

一、全球广告市场格局分析

二、2014年戛纳广告节的开展情况

三、2013-2014年全球广告支出情况分析

四、2014年全球地铁广告开支额

第四节 2015-2020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、2014年全球广告支出增长预测

第三章 世界地铁广告业发展分析

第一节 2014年世界地铁广告业发展分析

一、2014年美国地铁广告业发展分析

二、2014年日本地铁广告业发展分析

三、2014年俄罗斯地铁广告业发展分析

第二节 2014年世界地铁广告市场需求分析

一、2014年世界地铁广告市场需求量分析

二、2014年世界地铁广告策划分析

三、2014年国外企业进军中国市场情况

四、2014年世界地铁广告业竞争分析

第三节 2015-2020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

第三节 我国广告市场规范情况

一、2014年中国查处广告违法案件情况

二、2014年广告业存在的主要问题探讨

三、2014年中国广告行业新的自律规则

四、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

第三节 地铁广告市场空间分析

一、2014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

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

第二节 站台PIS

一、站台PIS的介绍

二、站台PIS广告的优势

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

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

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

第八章 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、2014年地铁广告市场增长潜力分析

二、2014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、2015-2020年我国地铁广告市场竞争趋势

第九章 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、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、经营情况

第二节 华视传媒集团有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、经营情况

第三节 航美传媒集团有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、经营情况

第四节 海南白马广告媒体投资有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、经营情况

第五节 德高中国集团有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、经营情况

第六节 TOM集团有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、经营情况

第十章 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、2014年中国广告市场趋势解析
- 三、2015-2020年中国广告行业发展前景

四、2013-2014年中国对全球广告市场的推动

五、2014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

第十一章2015-2020年中国地铁广告行业发展前景分析与预测

第一节2015-2020年中国地铁广告行业未来发展前景分析

一、2015-2020年中国地铁广告行业国内投资环境分析

二、2015-2020年中国地铁广告行业市场机会分析

三、2015-2020年中国地铁广告行业投资增速预测

第二节2015-2020年中国地铁广告行业未来发展趋势预测

第三节2015-2020年中国地铁广告行业市场发展预测

一、2015-2020年中国地铁广告行业市场规模预测

二、2015-2020年中国地铁广告行业市场规模增速预测

三、2015-2020年中国地铁广告行业产值规模预测

四、2015-2020年中国地铁广告行业产值增速预测

第四节2015-2020年中国地铁广告行业盈利走势预测

一、2015-2020年中国地铁广告行业毛利润同比增速预测

二、2015-2020年中国地铁广告行业利润总额同比增速预测

图表详见正文•••••

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/guanggaochuanmei/201449201449.html>