2016-2022年中国地铁广告产业现状分析及十三五发展策略分析报告

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《2016-2022年中国地铁广告产业现状分析及十三五发展策略分析报告》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/248670248670.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。

中国报告网发布的《2016-2022年中国地铁广告产业现状分析及十三五发展策略分析报告》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。

本研究报告数据主要采用国家统计数据，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。

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、2015-2016年全球广告经营状况
二、2014年世界广告业排名状况分析

三、2015-2016年世界广告业发展状况
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
四、2014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、2014年戛纳广告节 的开展情况
三、2015-2016年全球广告支出情况分析
四、2014年全球地铁广告开支额
五、2014年欧zhai危机对广告行业的冲击
六、2015-2016年中国对全球广告市场的贡献
第四节 2016-2022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
四、2013-2015年全球广告预算情况
五、2016-2022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 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 2016-2022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、2015-2016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、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
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、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
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zui感兴趣的广告形式
三、受众zui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zui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shi
一、车载电shi的介绍
二、车载电shi广告的优势
三、2015-2016年车载电shi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、2015-2016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、2015-2016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、2015-2016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、2015-2016年灯箱广告发展分析
第八章 地铁广告区域市场竞争力比较
第一节 北京
一、2014年伦敦奥运地铁广告全面启动
二、2014年北京各大重要行业地铁广告发展分析
三、2014年北京地铁广告业发展存在的问题分析
四、2014年北京地铁广告业发展情况分析
第二节 上海
一、2012上海市地铁广告业发展特点分析
二、2014年上海地铁广告业的效益优势分析
三、2014年地铁广告公司经营状况及策略分析
四、2014年上海地铁广告业发展情况分析
第三节 广东
一、2014年地铁广告业发展阶段分析
二、2014年地铁广告业发展状况综合分析
三、2014年地铁广告业竞争状况分析
四、2014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 2014年中国各种广告形式市场竞争综合分析
一、2014年地铁广告与传统广告行业竞争分析
二、2014年新媒体对地铁广告的压力
三、2014年中国广告业界软硬广告竞争分析
四、2015-2016年央视重点时段广告竞争分析
五、2015-2016年移动广告行业竞争形势分析
第二节 2014年中国地铁广告业竞争状况分析
一、2014年中国地铁广告品牌竞争分析
二、2014年中国地铁广告价格竞争分析
三、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、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zhai危机对地铁广告行业竞争格局的影响
二、欧zhai危机后地铁广告行业竞争格局的变化
三、2016-2022年我国地铁广告市场竞争趋势
四、2016-2022年地铁广告行业竞争格局展望
五、2016-2022年地铁广告行业竞争策略分析
六、2016-2022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zhai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zhai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zhai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zhai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zhai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zhai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zhai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zhai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zhai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zhai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、2014年中国广告市场趋势解析
三、2016-2022年中国广告行业发展前景
四、2014-2015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
第十三章 未来地铁广告行业发展预测
第一节 2016-2022年国际地铁广告市场预测
一、2016-2022年全球地铁广告行业供给预测
二、2016-2022年全球地铁广告市场需求前景
三、2016-2022年全球地铁广告市场价格预测
第二节 2016-2022年国内地铁广告市场预测
一、2016-2022年国内地铁广告行业供给预测
二、2016-2022年国内地铁广告行业规模预测
三、2016-2022年国内地铁广告市场需求前景
四、2016-2022年国内地铁广告市场价格预测
五、2016-2022年国内地铁广告行业集中度预测
第十四章 地铁广告行业投资环境分析
第一节 经济发展环境分析

一、2015-2016年我国宏观经济运行情况
二、2016-2022年我国宏观经济形势分析
三、2016-2022年投资趋势及其影响预测
第二节 政策法规环境分析
一、2014年地铁广告行业政策环境
二、2014年国内宏观政策对其影响
三、2014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、2014年社会环境发展分析
三、2016-2022年社会环境对行业的影响分析
第十五章 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、2015-2016年地铁广告行业投资状况分析
二、2016-2022年地铁广告行业投资效益分析
三、2016-2022年地铁广告行业投资趋势预测
四、2016-2022年地铁广告行业的投资方向
五、中研普华投资建议
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、2016-2022年影响地铁广告行业运行的有利因素分析
二、2016-2022年影响地铁广告行业运行的稳定因素分析
三、2016-2022年影响地铁广告行业运行的不利因素分析
四、2016-2022年我国地铁广告行业发展面临的挑战分析
五、2016-2022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、2016-2022年地铁广告行业市场风险及控制策略
二、2016-2022年地铁广告行业政策风险及控制策略
三、2016-2022年地铁广告行业经营风险及控制策略
四、2016-2022年地铁广告行业技术风险及控制策略
五、2016-2022年地铁广告同业竞争风险及控制策略
六、2016-2022年地铁广告行业其他风险及控制策略
第十六章 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
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、2014年广告行业投资战略
二、2014年我国地铁广告行业投资战略
三、2016-2022年地铁广告行业投资战略
四、2016-2022年细分行业投资战略
图表目录
图表：2014-2015年美国在线视频广告市场增长情况
图表：2010-2016年全球移动广告支出及增长
图表：2016-2022年世界各国移动广告支出及增长预测
图表：2016-2022年世界各洲各地区移动广告支出及增长预测
图表：2014年一季度全球广告支出媒体份额
图表：2014年全球广告主提升社会化媒体广告预算
图表：2014年各种媒体广告投放比例
图表：2014年各种媒体广告投放增长情况
图表：2014年各地区广告投放比例
图表：2015-2016年广告投放前5行业对比
图表：2014年广告投放前5行业投放金额
图表：消费者主观立场在消费方面的影响
图表：费者购买商品的一般程序
图表：广告公司盈利分析图
图表：2015-2016年分众传媒控股有限公司利润表
图表：2015-2016年分众传媒控股有限公司资产负zhai表
图表：2015-2016年分众传媒控股有限公司现金liu量表
图表：2015-2016年华视传媒集团有限公司利润表
图表：2014年第四季度华视传媒集团有限公司利润表
图表：2015-2016年华视传媒集团有限公司资产负zhai
图表：2015-2016年华视传媒集团有限公司资产负zhai表
图表：2015-2016年华视传媒集团有限公司现金liu量
图表：2015-2016年航美传媒集团有限公司利润表
图表：2015-2016年航美传媒集团有限公司利润

图表：2015-2016年航美传媒集团有限公司资产负zhai表
图表：2015-2016年航美传媒集团有限公司资产负zhai表
图表：2015-2016年航美传媒集团有限公司现金liu量表
图表：2014-2015年白马户外媒体有限公司现金liu量
图表：2014-2015年白马户外媒体有限公司财务
图表：2015-2016年白马户外媒体资产负zhai
图表：2014-2015年白马户外媒体损益表
图表：2014年北京巴士传媒股份有限公司按行业构成经营分析
图表：2014年北京巴士传媒股份有限公司按地区构成经营分析
图表：2015-2016年北京巴士传媒股份有限公司偿zhai能力分析
图表：2015-2016年北京巴士传媒股份有限公司资本结构分析
图表：2015-2016年北京巴士传媒股份有限公司经营效率分析
图表：2015-2016年北京巴士传媒股份有限公司获利能力分析
图表：2015-2016年发展能力分析
图表：2015-2016年北京巴士传媒股份有限公司金liu量分析
图表：2015-2016年北京巴士传媒股份有限公司投资收益分析
图表：2016-2022年各国广告业预测
图表：2016-2022年全球广告市场规模预测
图表：2016-2022年全球地铁广告市场规模预测
图表：2014年Q2RTB平台购买的前贴片视频广告
图表：2016-2022年我国地铁广告市场规模预测
图表：2016-2022年我国广告市场规模预测
图表：2014-2015年中国GDP及增长率
图表：2014-2015年中国人均GDP及增长率
图表：2014-2015年中国城镇居民平均每人年收入
图表：2014年与2014年国民人均收入对比
图表：2014年城乡居民收入对比
图表：2011城市居民收入结构
图表：2011农村居民收入结构
图表：城乡居民收入增长率
图表：2014-2015年我国人均消费
图表：2014-2015年我国农村人均消费
图表：2014-2015年我国城镇人均消费
图表：2014-2015年城乡居民消费对比
图表：2014-2015年居民消费指数

图表：2014-2015年农村居民消费指数
图表：2014-2015年城镇居民消费指数
图表：东部城镇居民人均年消费
图表：中部城镇居民人均年消费
图表：西部城镇居民人均年消费
图表：东部城镇每百户耐用品拥有量
图表：中部城镇每百户耐用品拥有量
图表：西部城镇每百户耐用品拥有量
图表：东北部城镇每百户耐用品拥有量
图表：2014-2015年中国居民消费价格指数
图表：2014-2015年中国城市居民消费价格指数
图表：2014-2015年中国农村居民消费价格指数
图表：2015-2016年我国居民消费价格涨跌幅
图表：2015-2016年我国消费价格变化
图表：2014-2015年我国社会消费品零售总额及增长
图表：2015-2016年我国城镇社会消费品零售总额及增长
图表：2015-2016年我国乡村社会消费品零售总额及增长
图表：2015-2016年我国商品零售社会消费品零售总额及增长
图表：2015-2016年我国固定资产投资增速
图表：2014年我国分地区投资增速
图表：2015-2016年我国固定资产投资到位资金增速
图表：2014年我国固定资产投资数据
图表：2014-2015年全社会固定资产投资
图表：2014-2015年中国城镇固定资产投资
图表：2014-2015年中国贸易进出口总额
图表：2014-2015年中国贸易出口总额
图表：2014-2015年中国贸易进口总额
图表：2014-2015年中国贸易进出口顺差额
图表：2014年下半年中国宏观经济金融指标预测
略……
图表详见正文·····

特别说明：中国报告网所发行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，有利于降低企事业单位决策风险。（GY KWW）

详细请访问：http://baogao.chinabaogao.com/guanggaochuanmei/248670248670.html