



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2015-2021年中国地铁广告产业发展现状及市场监测报告

# 一、调研说明

《2015-2021年中国地铁广告产业发展现状及市场监测报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/266574.html>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：[sales@icandata.com](mailto:sales@icandata.com)

联系人：刘老师

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、摘要、目录、图表

报告目录：

第一部分 行业发展现状

第一章 地铁广告行业发展概述 1

第一节 广告简介 1

一、广告的概念 1

二、广告的本质特点和要素 2

三、广告的分类和主要形式 5

四、广告媒体简介 15

第二节 地铁广告 22

一、地铁广告的概念 22

二、地铁广告的划分 23

三、地铁广告的主要功能 24

四、地铁广告媒体 25

五、地铁广告的特征 25

第二章 国外广告行业发展分析 27

第一节 世界广告行业发展概况 27

一、2012-2015年全球广告经营状况 27

二、2015年世界广告业排名状况分析 28

三、2012-2015年世界广告业发展状况 30

第二节 2015年世界广告业发展状况分析 31

一、2015年世界广告业发展规模分析 31

二、2015年世界广告业发展特点分析 35

三、2015年世界广告发展存在的问题 36

四、2015年世界广告企业竞争分析 37

第三节 全球广告市场分析 39

一、全球广告市场格局分析 39

二、2015年戛纳广告节的开展情况 46

三、2012-2015年全球广告支出情况分析 48

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、2012-2015年中国对全球广告市场的贡献	53
第四节 2015-2021年世界广告业发展趋势分析	53
一、世界广告发展新趋势变化	53
二、地铁广告发展前景分析	54
三、2015年全球广告支出增长预测	55
四、2013-2015年全球广告预算情况	56
五、2015-2021年广告行业发展前景	57
第三章 世界地铁广告业发展分析	60
第一节 2015年世界地铁广告业发展分析	60
一、2015年美国地铁广告业发展分析	60
二、2015年日本地铁广告业发展分析	61
三、2015年俄罗斯地铁广告业发展分析	61
第二节 2015年世界地铁广告市场需求分析	62
一、2015年世界地铁广告市场需求量分析	62
二、2015年世界地铁广告策划分析	63
-三、2015年国外企业进军中国市场情况	68
四、2015年世界地铁广告业竞争分析	70
第三节 2015-2021年世界地铁广告市场发展趋势分析	72
一、世界地铁广告区域发展	72
二、世界轨道交通发展趋势	72
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	75
三、中国本土广告公司的swot分析	77
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	84
一、2012-2015年中国广告发展现状	84
二、2015年内地广告市场规模分析	88
三、2015年中国广告市场价值分析	90
四、2015年中国广告市场的投放额	91
五、2015年广告行业人才供求情况	96

六、2015年广告市场面临的挑战	102
第三节 我国广告市场规范情况	105
一、2015年中国查处广告案件情况	105
二、2015年广告业存在的主要问题探讨	106
三、2015年中国广告行业新的自律规则	113
四、2015年广告行业结盟维护创意版权	118
第五章 我国地铁广告行业发展分析	125
第一节 中国地铁广告行业概况	125
一、中国地铁广告发展历程	125
二、中国地铁广告的产品类别	131
三、中国的地铁广告产业的整合分析	132
四、跨行业合作形势下地铁广告的优势	136
第二节 中国地铁广告市场发展现状	139
一、地铁广告的投放特点	139
二、地铁广告对用户消费的影响	140
三、地铁广告发展形式分析	147
四、地铁广告规范情况分析	149
五、针对地铁广告存在问题的对策	149
六、我国主要城市地铁广告发展策略	152
第三节 地铁广告市场空间分析	153
一、2015年中国地铁广告市场规模	153
二、2015年地铁广告市场规模预测	154
第四节 中国地铁广告的相关政策分析	155
一、法律因素在地铁广告发展中的作用	155
二、地铁广告在高速发展中趋于健全规范	156
三、地铁广告规范与发展的法律策略分析	157
第六章 中国地铁广告受众及投放分析	158
第一节 地铁广告的投放原因及特点	158
一、投放地铁广告的原因	158
二、地铁广告在广告媒体中的地位	158
三、地铁广告接受度情况分析	159
四、制约地铁广告发展的瓶颈	161

## 第二节 地铁广告受众分析 166

一、受众接触地铁广告的黄金时间 166

二、受众最感兴趣的广告形式 166

三、受众最感兴趣的广告内容 167

## 第三节 影响地铁广告投放的要素分析 169

一、影响地铁广告投放宏观因素分析 169

二、吸引受众的最重要的要素 171

三、消费热点决定记忆程度 172

四、地铁广告投放策略建议 173

## 第七章 地铁广告主要形式发展分析 175

### 第一节 车载电视 175

一、车载电视的介绍 175

二、车载电视广告的优势 175

三、2012-2015年车载电视广告发展分析 178

### 第二节 站台pis 184

一、站台pis的介绍 184

二、站台pis广告的优势 188

三、2012-2015年站台pis发展分析 188

### 第三节 地铁led数字媒体 190

一、地铁led数字媒体的介绍 190

二、地铁led数字媒体广告的优势 191

三、地铁led数字媒体广告的关注度 192

四、2012-2015年地铁led数字媒体发展分析 193

### 第四节 车厢内海报 195

一、车厢内海报的介绍 195

二、车厢内海报广告的优势 196

三、车厢内海报广告的关注度 196

四、2012-2015年车厢内海报广告发展分析 197

### 第五节 灯箱广告发展分析 198

一、灯箱广告的介绍 198

二、灯箱广告的优势 199

三、灯箱广告的关注度 200

四、2012-2015年灯箱广告发展分析	201
第二部分 行业竞争格局	
第八章 地铁广告区域市场竞争力比较	204
第一节 北京	204
一、2015年伦敦奥运地铁广告全面启动	204
二、2015年北京各大重要行业地铁广告发展分析	205
三、2015年北京地铁广告业发展存在的问题分析	208
四、2015年北京地铁广告业发展情况分析	209
第二节 上海	213
一、2015年上海市地铁广告业发展特点分析	213
二、2015年上海地铁广告业的效益优势分析	214
三、2015年地铁广告公司经营状况及策略分析	215
四、2015年上海地铁广告业发展情况分析	216
第三节 广东	223
一、2015年地铁广告业发展阶段分析	223
二、2015年地铁广告业发展状况综合分析	223
三、2015年地铁广告业竞争状况分析	227
四、2015年广东地铁广告业发展分析	228
第九章 中国地铁广告市场竞争分析	259
第一节 2015年中国各种广告形式市场竞争综合分析	259
一、2015年地铁广告与传统广告行业竞争分析	259
二、2015年新媒体对地铁广告的压力	261
三、2015年中国广告业界软硬广告竞争分析	265
四、2012-2015年央视重点时段广告竞争分析	270
五、2012-2015年移动广告行业竞争形势分析	274
第二节 2015年中国地铁广告业竞争状况分析	279
一、2015年中国地铁广告品牌竞争分析	279
二、2015年中国地铁广告价格竞争分析	280
三、2015年中国地铁广告竞争战略分析	280
第十章 地铁广告企业竞争策略分析	282
第一节 地铁广告市场竞争策略分析	282
一、2015年地铁广告市场增长潜力分析	282

二、2015年地铁广告主要潜力品种分析	282
三、现有地铁广告产品竞争策略分析	282
四、潜力地铁广告品种竞争策略选择	283
五、典型企业产品竞争策略分析	285
第二节 地铁广告企业竞争策略分析	285
一、欧债危机对地铁广告行业竞争格局的影响	285
二、欧债危机后地铁广告行业竞争格局的变化	285
三、2015-2021年我国地铁广告市场竞争趋势	285
四、2015-2021年地铁广告行业竞争格局展望	286
五、2015-2021年地铁广告行业竞争策略分析	286
六、2015-2021年地铁广告企业竞争策略分析	287
第十一章 地铁广告重点企业竞争分析	294
第一节 分众传媒控股有限公司	294
一、企业概况	294
二、竞争优势分析	295
三、2012-2015年经营状况	298
四、2015-2021年发展战略	301
第二节 华视传媒集团有限公司	303
一、企业概况	303
二、竞争优势分析	303
三、2012-2015年经营状况	305
四、2015-2021年发展战略	308
第三节 航美传媒集团有限公司	310
一、企业概况	310
二、竞争优势分析	311
三、2012-2015年经营状况	312
四、2015-2021年发展战略	315
第四节 海南白马广告媒体投资有限公司	318
一、企业概况	318
二、竞争优势分析	319
三、2012-2015年经营状况	319
四、2015-2021年发展战略	322



## 第五节 德高中国集团有限公司 323

### 一、企业概况 323

### 二、竞争优势分析 324

### 三、2012-2015年经营状况 325

### 四、2015-2021年发展战略 326

## 第六节 tom集团有限公司 326

### 一、企业概况 326

### 二、竞争优势分析 327

### 三、2012-2015年经营状况 328

### 四、2015-2021年发展战略 329

## 第七节 北京地下铁道通成广告有限公司 329

### 一、企业概况 329

### 二、竞争优势分析 329

## 第八节 上海雅仕维广告有限公司 330

### 一、企业概况 330

### 二、竞争优势分析 330

### 三、2012-2015年经营状况 330

### 四、2015-2021年发展战略 331

## 第九节 上海机场德高动量广告公司 331

### 一、企业概况 331

### 二、竞争优势分析 331

### 三、2012-2015年经营状况 332

### 四、2015-2021年发展战略 332

## 第十节 北京巴士传媒股份有限公司 335

### 一、企业概况 335

### 二、竞争优势分析 336

### 三、2012-2015年经营状况 336

### 四、2015-2021年发展战略 339

## 第三部分 行业前景预测

## 第十二章 地铁广告行业发展趋势分析 341

### 第一节 中国广告行业发展趋势分析 341

#### 一、中国广告业发展新动向 341

二、2015年中国广告市场趋势解析	349
三、2015-2021年中国广告行业发展前景	350
四、2011-2015年中国对全球广告市场的推动	352
五、2015年中国广告市场发展及新媒体趋势	354
第二节 中国地铁广告市场趋势前景分析	359
一、中国地铁广告市场发展前景	359
二、中国地铁广告市场潜力分析	360
三、中国地铁广告发展趋势分析	361
第十三章 未来地铁广告行业发展预测	363
第一节 2015-2021年国际地铁广告市场预测	363
一、2015-2021年全球地铁广告行业供给预测	363
二、2015-2021年全球地铁广告市场需求前景	364
三、2015-2021年全球地铁广告市场价格预测	365
第二节 2015-2021年国内地铁广告市场预测	366
一、2015-2021年国内地铁广告行业供给预测	366
二、2015-2021年国内地铁广告行业规模预测	366
三、2015-2021年国内地铁广告市场需求前景	367
四、2015-2021年国内地铁广告市场价格预测	368
五、2015-2021年国内地铁广告行业集中度预测	368
第四部分 投资战略研究	
第十四章 地铁广告行业投资现状分析	369
第一节 2015年地铁广告行业投资情况分析	369
一、2015年总体投资及结构	369
二、2015年投资规模情况	369
三、2015年投资增速情况	369
四、2015年分地区投资分析	369
五、2015年外商投资情况	370
第二节 2015年地铁广告行业投资情况分析	370
一、2015年总体投资及结构	370
二、2015年投资规模情况	370
三、2015年投资增速情况	370
四、2015年地区投资分析	370

五、2015年外商投资情况	370
第十五章 地铁广告行业投资环境分析	371
第一节 经济发展环境分析	371
一、2012-2015年我国宏观经济运行情况	371
二、2015-2021年我国宏观经济形势分析	401
三、2015-2021年投资趋势及其影响预测	407
第二节 政策法规环境分析	412
一、2015年地铁广告行业政策环境	412
二、2015年国内宏观政策对其影响	424
三、2015年行业产业政策对其影响	429
第三节 社会发展环境分析	439
一、国内社会环境发展现状	439
二、2015年社会环境发展分析	439
三、2015-2021年社会环境对行业的影响分析	440
第十六章 地铁广告行业投资机会与风险	445
第一节 地铁广告行业投资效益分析	445
一、2012-2015年地铁广告行业投资状况分析	445
二、2015-2021年地铁广告行业投资效益分析	447
三、2015-2021年地铁广告行业投资趋势预测	450
四、2015-2021年地铁广告行业的投资方向	451
五、投资建议	452
六、新进入者应注意的障碍因素分析	453
第二节 影响地铁广告行业发展的主要因素	457
一、2015-2021年影响地铁广告行业运行的有利因素分析	457
二、2015-2021年影响地铁广告行业运行的稳定因素分析	457
三、2015-2021年影响地铁广告行业运行的不利因素分析	457
四、2015-2021年我国地铁广告行业发展面临的挑战分析	457
五、2015-2021年我国地铁广告行业发展面临的机遇分析	457
第三节 地铁广告行业投资风险及控制策略分析	458
一、2015-2021年地铁广告行业市场风险及控制策略	458
二、2015-2021年地铁广告行业政策风险及控制策略	458
三、2015-2021年地铁广告行业经营风险及控制策略	459

四、2015-2021年地铁广告行业技术风险及控制策略	460
五、2015-2021年地铁广告同业竞争风险及控制策略	462
六、2015-2021年地铁广告行业其他风险及控制策略	464
第十七章 地铁广告行业投资战略研究	465
第一节 地铁广告行业发展战略研究	465
一、战略综合规划	465
二、技术开发战略	467
三、业务组合战略	469
四、区域战略规划	471
五、产业战略规划	471
六、营销品牌战略	472
七、竞争战略规划	476
第二节 对我国地铁广告品牌的战略思考	477
一、企业品牌的重要性	477
二、地铁广告实施品牌战略的意义	478
三、地铁广告企业品牌的现状分析	479
四、我国地铁广告企业的品牌战略	481
五、地铁广告品牌战略管理的策略	483
第三节 地铁广告行业投资战略研究	485
一、2015年广告行业投资战略	485
二、2015年我国地铁广告行业投资战略	486
三、2015-2021年地铁广告行业投资战略	487
四、2015-2021年细分行业投资战略	489

#### 图表目录:

图表：2008-2015年美国在线视频广告市场增长情况	32
图表：2010-2015年全球移动广告支出及增长	33
图表：2011-2015年世界各国移动广告支出及增长	34
图表：2011-2015年世界各洲各地区移动广告支出及增长	35
图表：2015年一季度全球广告支出媒体份额	49
图表：2015年全球广告主提升社会化媒体广告预算	57
图表：2015年各种媒体广告投放比例	91

图表：2015年各种媒体广告投放增长情况 92

图表：2015年各地区广告投放比例 93

图表：2011-2015年广告投放前5行业对比 94

图表：2015年广告投放前5行业投放金额 94

图表：消费者主观立场在消费方面的影响 144

图表：费者购买商品的一般程序 146

图表：广告公司盈利分析图 147

图表：2011-2015年分众传媒控股有限公司利润表 298

图表：2011-2015年分众传媒控股有限公司资产负债表 299

图表：2011-2015年分众传媒控股有限公司现金流量表 300

图表：2011-2015年华视传媒集团有限公司利润表 305

图表：2015年第1季度华视传媒集团有限公司利润表 306

图表：2011-2015年华视传媒集团有限公司资产负债 306

图表：2015年第1季度华视传媒集团有限公司资产负债表 307

图表：2011-2015年华视传媒集团有限公司现金流量 307

图表：2011-2015年航美传媒集团有限公司利润表 312

图表：2015年第1季度航美传媒集团有限公司利润 313

图表：2011-2015年航美传媒集团有限公司资产负债表 313

图表：2015年第1季度航美传媒集团有限公司资产负债表 314

图表：2011-2015年航美传媒集团有限公司现金流量表 314

图表：2005-2015年白马户外媒体有限公司现金流量 319

图表：2006-2015年白马户外媒体有限公司财务 321

图表：2005-2015年白马户外媒体资产负债 321

图表：2006-2015年白马户外媒体损益表 322

图表：2015年北京巴士传媒股份有限公司按行业构成经营分析 336

图表：2015年北京巴士传媒股份有限公司按地区构成经营分析 336

图表：2012-2015年北京巴士传媒股份有限公司偿债能力分析 337

图表：2012-2015年北京巴士传媒股份有限公司资本结构分析 337

图表：2012-2015年北京巴士传媒股份有限公司经营效率分析 337

图表：2012-2015年北京巴士传媒股份有限公司获利能力分析 338

图表：2012-2015年发展能力分析 338

图表：2012-2015年北京巴士传媒股份有限公司金流量分析 338

图表：2012-2015年北京巴士传媒股份有限公司投资收益分析 339

图表：2015-2021年各国广告业预测 353

图表：2015-2021年全球广告市场规模预测 363

图表：2015-2021年全球地铁广告市场规模预测 364

图表：2015年q2rtb平台购买的前贴片视频广告 365

图表：2015-2021年我国地铁广告市场规模预测 366

图表：2015-2021年我国广告市场规模预测 367

图表：2008-2015年中国gdp及增长率 372

图表：2008-2015年中国人均gdp及增长率 372

图表：2008-2015年中国城镇居民平均每人年收入 374

图表：2015年与2014年国民人均收入对比 375

图表：2015年城乡居民收入对比 377

图表：2014城市居民收入结构 377

图表：2014农村居民收入结构 378

图表：城乡居民收入增长率 378

图表：2008-2015年我国人均消费 380

图表：2008-2015年我国农村人均消费 380

图表：2008-2015年我国城镇人均消费 381

图表：2008-2015年城乡居民消费对比 381

图表：2008-2015年居民消费指数 382

图表：2008-2015年农村居民消费指数 382

图表：2008-2015年城镇居民消费指数 383

图表：东部城镇居民人均年消费 383

图表：中部城镇居民人均年消费 383

图表：西部城镇居民人均年消费 384

图表：东部城镇每百户耐用品拥有量 384

图表：中部城镇每百户耐用品拥有量 384

图表：西部城镇每百户耐用品拥有量 384

图表：东北部城镇每百户耐用品拥有量 385

图表：2008-2015年中国居民消费价格指数 386

图表：2008-2015年中国城市居民消费价格指数 387

图表：2008-2015年中国农村居民消费价格指数 387

图表：2011-2015年我国居民消费价格涨跌幅 388  
图表：2009-2015年我国消费价格变化 388  
图表：2008-2015年我国社会消费品零售总额及增长 391  
图表：2010-2015年我国城镇社会消费品零售总额及增长 391  
图表：2010-2015年我国乡村社会消费品零售总额及增长 392  
图表：2010-2015年我国商品零售社会消费品零售总额及增长 392  
图表：2011-2015年我国固定资产投资增速 393  
图表：2015年我国分地区投资增速 394  
图表：2011-2015年我国固定资产投资到位资金增速 395  
图表：2015年我国固定资产投资数据 395  
图表：2008-2015年全社会固定资产投资 398  
图表：2008-2015年中国城镇固定资产投资 398  
图表：2008-2015年中国贸易进出口总额 400  
图表：2008-2015年中国贸易出口总额 400  
图表：2008-2015年中国贸易进口总额 401  
图表：2008-2015年中国贸易进出口顺差额 401  
图表：2015年 中国宏观经济金融指标预测 406

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/266574.html>

### 三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

## 四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

## 五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（[www.icandata.com](http://www.icandata.com)）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。



## 研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

## 我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。