

2019-2025年中国生活圈媒体 广告市场深度评估与投资趋势研究报告

报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制

www.chinairr.org

一、报告报价

《2019-2025年中国生活圈媒体广告市场深度评估与投资趋势研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.chinairr.org/report/R09/R0904/201903/22-290387.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: sales@chyxx.com

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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、说明、目录、图表目录

生活圈媒体的广告直达目标受众,精准地受众定位,已经成为了广播电视环境下营销中的一个亮点。创造性地去开发生活圈媒体,贴近消费者的生活圈,以新颖性、独特性吸引消费者的注意力,使他们接触广告的几率增多,而且跟传统的大众媒体相比,显示出了效果效率上的优越性。

主要类型：户外视频广播电视、楼宇媒体、电梯媒体、车库灯箱、社区灯箱等。

目前，国内80%的户外广告资源均掌握在中小型广告企业手中，而随着市场的不断放开，国际传媒巨头步步切入，中国户外广告产业正面临着有史以来最大的发展和整合期。2016年我国户外广告行业市场规模达到了1120亿元，占比广告市场规模5973亿元的18.75%。2018-2024年中国户外广告行业市场规模及增长走势

中国产业研究报告网发布的《2019-2025年中国生活圈媒体广告市场深度评估与投资趋势研究报告》共七章。首先介绍了生活圈媒体广告行业市场发展环境、生活圈媒体广告整体运行态势等，接着分析了生活圈媒体广告行业市场运行的现状，然后介绍了生活圈媒体广告市场竞争格局。随后，报告对生活圈媒体广告做了重点企业经营状况分析，最后分析了生活圈媒体广告行业发展趋势与投资预测。您若想对生活圈媒体广告产业有个系统的了解或者想投资生活圈媒体广告行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，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。

报告目录：

第1章：生活圈媒体广告行业发展综述

1.1 生活圈媒体广告行业概述

1.1.1 生活圈媒体广告的定义

1.1.2 生活圈媒体广告的分类

（1）按媒体所处位置分类

（2）按广告表现性质分类

（3）按表现形式不同分类

（4）其他形式的分类

1.1.3 生活圈媒体广告的特征

（1）生活圈媒体广告形态特征

(2) 生活圈媒体广告传播特征

1.1.4 生活圈媒体广告行业的作用

(1) 与城市建设的关系

(2) 与城市文化形象的关系

(3) 与城市经济发展的关系

1.2 生活圈媒体广告行业种群分析

1.2.1 媒介生态种群概述

(1) 媒介生态种群定义

(2) 媒介生态种群特征

1.2.2 生活圈媒体广告行业种群结构分析

(1) 生活圈媒体广告行业的主要种群

(2) 生活圈媒体广告行业的种群间关系

1.2.3 生活圈媒体广告行业种群矛盾分析

(1) 广告主种群与广告媒介种群矛盾

(2) 广告公司种群内部矛盾

(3) 广告公司种群与资本种群间矛盾

1.3 生活圈媒体广告行业发展环境分析

1.3.1 生活圈媒体广告行业政策环境分析

(1) 生活圈媒体广告行业监管部门

(2) 生活圈媒体广告行业法规政策

(3) 生活圈媒体广告行业相关标准

1.3.2 生活圈媒体广告行业经济环境分析

(1) 国内宏观经济发展分析

(2) 国内宏观经济发展趋势

(3) 宏观环境对本行业影响

1.3.3 生活圈媒体广告行业社会环境分析

(1) 生活圈媒体广告行业文化环境分析

(2) 生活圈媒体广告行业消费环境分析

(3) 生活圈媒体广告行业城市环境分析

1.3.4 生活圈媒体广告行业技术环境分析

(1) 行业技术专利申请数量分析

(2) 行业技术专利申请人分析

(3) 行业热门技术发展分析

第2章：生活圈媒体广告行业发展现状分析

2.1 国际生活圈媒体广告行业发展分析

2.1.1 国际生活圈媒体广告行业发展历程

2.1.2 国际生活圈媒体广告行业整体状况

2.1.3 英国生活圈媒体广告行业发展分析

(1) 美国生活圈媒体广告行业管理规范

(2) 美国生活圈媒体广告行业市场规模

(3) 美国生活圈媒体广告行业需求结构

(4) 美国生活圈媒体广告行业重点客户

2.1.4 欧洲生活圈媒体广告行业发展分析

(1) 欧洲生活圈媒体广告行业规模分析

(2) 欧洲生活圈媒体广告发展形态分析57

(3) 欧洲生活圈媒体广告发布内容分析

(4) 欧洲生活圈媒体广告行业前景预测

2.1.5 亚洲国家生活圈媒体广告行业发展分析

(1) 日本生活圈媒体广告行业发展分析

(2) 新加坡生活圈媒体广告行业发展分析

(3) 印度生活圈媒体广告行业发展分析

2.2 中国生活圈媒体广告行业发展历程分析

2.2.1 中国生活圈媒体广告行业发展历程

(1) 生活圈媒体广告行业恢复发展期

(2) 生活圈媒体广告行业改革发展期

(3) 生活圈媒体广告行业膨胀发展期

(4) 生活圈媒体广告行业平稳发展期

(5) 生活圈媒体广告行业迅速发展期

2.2.2 中国生活圈媒体广告行业发展特点

(1) 行业的集中度明显增加

(2) 广告策划达到专业水准

(3) 生活圈媒体广告更加重视创意

(4) 广告媒体资源争夺激烈

2.3 中国生活圈媒体广告行业市场发展分析

根据数据，2018年1月广告市场（不含互联网）同比增长9.6%，为近4年同期最高。其中，传统媒体同比增长8.2%，当月高增长的主要动力是电视的稳定增长。分众传媒所处的电梯媒体和影院视频领域亦获得良好的增速，影院视频的广告收入同比增加了24.1%，电梯电视、电梯海报分别增长了12.3%、19.3%。2018年1月各媒介广告刊例花费变化

媒介

刊例花费同比

电视

9.8%

报纸

-16.8%

杂志

-8.0%

广播

6.7%

传统户外

-5.6%

电梯电视

12.3%

电梯海报

19.3%

影院视频

24.1%

交通类视频

9.4%

数据来源：公开资料整理

2.3.1 生活圈媒体广告行业市场规模

2.3.2 生活圈媒体广告投放行业分析

2.3.3 生活圈媒体广告投放品牌分析

2.3.4 户外媒体价格变化分析

2.3.5 生活圈媒体广告行业利润分析

2.4 中国生活圈媒体广告行业竞争状况分析

- 2.4.1 生活圈媒体广告行业竞争现状分析
- 2.4.2 生活圈媒体广告行业竞争格局分析
- 2.4.3 生活圈媒体广告行业潜在威胁分析
- 2.5 中国生活圈媒体广告行业发展机会与威胁
- 2.5.1 生活圈媒体广告行业发展的威胁
- 2.5.2 生活圈媒体广告行业发展的机会

第3章：生活圈媒体广告行业受众及投放效果分析

- 3.1 生活圈媒体广告行业受众分析
 - 3.1.1 生活圈媒体广告受众生活形态分析
 - (1) 受众户外时间分析
 - (2) 受众交通工具选择
 - 3.1.2 生活圈媒体广告受众广告接触习惯
 - (1) 受众对生活圈媒体广告的接触频度分析
 - (2) 不同年龄受众生活圈媒体广告接触情况
 - (3) 不同收入受众生活圈媒体广告接触情况
 - 3.1.3 生活圈媒体广告受众认知心理分析
 - (1) 受众对生活圈媒体广告的认知情况
 - (2) 生活圈媒体广告受众的偏好分析
 - 3.1.4 生活圈媒体广告受众心理需求分析
- 3.2 生活圈媒体广告投放效果分析
 - 3.2.1 生活圈媒体广告环境对投放效果影响分析
 - 3.2.2 生活圈媒体广告创意对投放效果影响分析
 - 3.2.3 生活圈媒体广告投放时机对效果影响分析
 - 3.2.4 生活圈媒体广告媒体类型对效果影响分析
- 3.3 生活圈媒体广告设计及投放建议
 - 3.3.1 生活圈媒体广告设计策略分析
 - (1) 提升生活圈媒体广告的注意力
 - (2) 增强生活圈媒体广告的记忆度
 - (3) 扩张广告的印象空间
 - (4) 生活圈媒体广告情感体验设计
 - 3.3.2 生活圈媒体广告投放建议

- (1) 生活圈媒体广告投放时间选择
- (2) 生活圈媒体广告投放地段选择
- (3) 生活圈媒体广告投放媒体类型选择

第4章：生活圈媒体广告行业主要细分市场分析

4.1 户外电子屏广告市场分析

4.1.1 户外电子屏广告市场定义及分类

- (1) 户外电子屏广告市场定义
- (2) 户外电子屏广告市场分类

4.1.2 户外电子屏广告市场现状分析

- (1) 户外电子屏广告市场整体规模
- (2) 户外电子屏广告市场竞争格局

4.1.3 户外电子屏广告细分领域分析

- (1) 户外电子屏广告细分领域规模
- (2) 公交地铁电子屏广告市场分析
- (3) 商业楼宇电子屏广告市场分析
- (4) 航空电子屏广告市场分析

4.1.4 户外电子屏广告市场发展趋势

- (1) 户外电子屏广告促进因素分析
- (2) 户外电子屏广告市场规模预测

4.2 公交车身广告市场分析

4.2.1 公交车身广告定义及特点

- (1) 公交车身广告定义
- (2) 公交车身广告特点
- (3) 公交车身广告优势

4.2.2 公交车身广告市场现状分析

- (1) 公交车身广告市场规模
- (2) 公交车身广告市场竞争情况
- (3) 公交车身广告区域市场情况

4.2.3 公交车身广告投放情况分析

- (1) 公交车身广告投放行业分析
- (2) 公交车身广告投放品牌分析

4.2.4 公交车身广告投放效果分析

- (1) 公交车身广告投放效果影响因素
- (2) 公交车身广告投放效果评测分析
- (3) 公交车身广告投放效果预测

4.3 电梯广告市场分析

4.3.1 电梯广告基本情况

2018年电梯海报广告刊例花费前五行业分别为邮电通讯（5.7%）、商业及服务性行业（31.5%）、交通（-9.4%）、食品（67.6%）和电脑及办公自动化产品（-10.4%），其中邮电通讯、商业及服务性行业、食品均为连续两年正增长。2018年电梯电视广告花费前十的品牌分别为优信二手车、京东商城、神州、天猫、瓜子二手车直卖、幸福、苏宁、小米、苏宁易购和蒙牛。2018年电梯海报广告刊例花费前五行业增幅

数据来源：公开资料整理2018年电梯海报广告花费前十品牌增幅

数据来源：公开资料整理

- (1) 电梯广告基本尺寸
- (2) 电梯广告基本形式
- (3) 电梯广告画面制造
- (4) 电梯广告目标受众

4.3.2 电梯广告市场现状分析

- (1) 电梯广告市场发展状况
- (2) 电梯广告区域市场情况

4.3.3 电梯广告投放情况分析

- (1) 电梯广告投放覆盖面分析
- (2) 电梯广告投放行业分析
- (3) 电梯广告投放品牌分析

4.3.4 电梯广告投放效果分析

- (1) 电梯广告到达率评估
- (2) 目标受众的评价
- (3) 电梯平面广告的效果体现

4.3.5 京东商城电梯平面广告投放效果分析

- (1) 调研背景分析
- (2) 广告到达状况分析
- (3) 广告创意分析

(4) 广告投放后产生的影响分析

4.4 生活圈媒体广告其他细分市场分析

4.4.1 射灯广告市场分析

(1) 射灯广告市场发展现状

(2) 射灯广告市场发展趋势

4.4.2 候车亭广告市场分析

(1) 候车亭广告市场发展现状

(2) 候车亭广告市场发展趋势

4.4.3 单立柱广告市场分析

(1) 单立柱广告市场发展现状

(2) 单立柱广告市场发展趋势

4.4.4 霓虹灯广告市场分析

(1) 霓虹灯广告市场发展现状

(2) 霓虹灯广告市场发展趋势

第5章：生活圈媒体广告行业区域市场分析

5.1 生活圈媒体广告行业市场区域发展概况

5.2 一线城市生活圈媒体广告行业市场分析

5.2.1 一线城市生活圈媒体广告行业市场发展概况

5.2.2 北京市生活圈媒体广告行业市场发展分析

(1) 北京市生活圈媒体广告行业管理规范

(2) 北京市生活圈媒体广告行业投放额分析

(3) 北京市生活圈媒体广告投放行业分析

(4) 北京市生活圈媒体广告投放品牌分析

(5) 北京市生活圈媒体广告媒体资源分析

5.2.3 上海市生活圈媒体广告行业市场发展分析

(1) 上海市生活圈媒体广告行业管理规范

(2) 上海市生活圈媒体广告行业投放额分析

(3) 上海市生活圈媒体广告行业领先企业分析

(4) 上海市机场类生活圈媒体广告分析

(5) 上海市旅游类生活圈媒体广告媒体选择分析

(6) 上海市生活圈媒体广告媒体资源分析

5.2.4 广州市生活圈媒体广告行业市场发展分析

- (1) 广州市生活圈媒体广告行业管理规范
- (2) 广州市生活圈媒体广告行业投放额分析
- (3) 广州市机场类生活圈媒体广告分析
- (4) 广州市生活圈媒体广告投放热点区域
- (5) 广州市生活圈媒体广告行业竞争情况

5.2.5 深圳市生活圈媒体广告行业市场发展分析

- (1) 深圳市生活圈媒体广告行业管理规范
- (2) 深圳市生活圈媒体广告行业市场现状
- (3) 深圳市生活圈媒体广告媒体资源分析
- (4) 深圳市生活圈媒体广告行业竞争情况

5.3 二三线城市生活圈媒体广告行业市场分析

5.3.1 二三线城市生活圈媒体广告行业市场发展概况

5.3.2 武汉市生活圈媒体广告行业市场发展分析

- (1) 武汉市生活圈媒体广告行业管理规范
- (2) 武汉市生活圈媒体广告行业市场现状
- (3) 武汉市生活圈媒体广告媒体资源分析
- (4) 武汉市生活圈媒体广告行业竞争情况

5.3.3 南京市生活圈媒体广告行业市场发展分析

- (1) 南京市生活圈媒体广告行业管理规范
- (2) 南京市生活圈媒体广告行业市场现状
- (3) 南京市生活圈媒体广告媒体资源分析
- (4) 南京市生活圈媒体广告行业整治情况

5.3.4 杭州市生活圈媒体广告行业市场发展分析

- (1) 杭州市生活圈媒体广告行业管理规范
- (2) 杭州市生活圈媒体广告行业市场现状
- (3) 杭州市生活圈媒体广告媒体资源分析
- (4) 杭州市生活圈媒体广告行业竞争情况

5.3.5 成都市生活圈媒体广告行业市场发展分析

- (1) 成都市生活圈媒体广告行业管理规范
- (2) 成都市生活圈媒体广告行业市场现状
- (3) 成都市生活圈媒体广告媒体资源分析

(4) 成都市生活圈媒体广告行业竞争情况

5.3.6 长沙市生活圈媒体广告行业市场发展分析

(1) 长沙市生活圈媒体广告行业管理规范

(2) 长沙市生活圈媒体广告行业市场现状

(3) 长沙市生活圈媒体广告媒体资源分析

(4) 长沙市生活圈媒体广告行业整治情况

5.3.7 重庆市生活圈媒体广告行业市场发展分析

(1) 重庆市生活圈媒体广告行业管理规范

(2) 重庆市生活圈媒体广告行业市场现状

(3) 重庆市生活圈媒体广告媒体资源分析

(4) 重庆市生活圈媒体广告行业整治情况

第6章：生活圈媒体广告行业领先企业经营分析

6.1 生活圈媒体广告行业企业总体发展状况

6.2 生活圈媒体广告行业领先企业经营分析

6.2.1 分众传媒控股有限公司经营情况分析

1) 企业利润分析

2) 企业资产负债分析

3) 企业盈利指标分析

6.2.2 华视传媒集团有限公司经营情况分析

1) 企业利润分析

2) 企业资产负债分析

3) 企业现金流量分析

4) 企业盈利指标分析

6.2.3 航美传媒集团有限公司经营情况分析

1) 企业利润分析

2) 企业资产负债分析

3) 企业现金流量分析

4) 企业盈利指标分析

6.2.4 海南白马广告媒体投资有限公司经营情况分析

1) 企业利润分析

2) 企业资产负债分析

3) 企业现金流量分析

4) 企业盈利指标分析

6.2.5 德高中国集团经营情况分析

1) 企业利润分析

2) 企业资产负债分析

3) 企业现金流量分析

4) 企业盈利指标分析

6.2.6 北京首都机场广告有限公司经营情况分析

1) 企业利润分析

2) 企业资产负债分析

3) 企业现金流量分析

4) 企业盈利指标分析

第7章：生活圈媒体广告行业投资分析与前景预测（ZYZF）

7.1 生活圈媒体广告行业投资分析

7.1.1 生活圈媒体广告行业投资特性分析

（1）生活圈媒体广告行业进入壁垒分析

（2）生活圈媒体广告行业经营模式分析

7.1.2 生活圈媒体广告行业投资现状分析

7.1.3 生活圈媒体广告行业投资风险分析

（1）生活圈媒体广告行业政策风险

（2）生活圈媒体广告行业技术风险

（3）生活圈媒体广告行业资源风险

（4）生活圈媒体广告行业其他风险

7.2 生活圈媒体广告行业前景预测

7.2.1 生活圈媒体广告行业发展趋势分析

7.2.2 生活圈媒体广告行业发展前景预测

7.3 生活圈媒体广告行业投资建议

7.3.1 生活圈媒体广告行业投资价值

7.3.2 生活圈媒体广告行业可投资方向

7.3.3 生活圈媒体广告行业投资方式建议（ZYZF）

图表目录：

图表1：生活圈媒体广告按表现性质分类

图表8：媒介生态种群特征分析

图表9：我国生活圈媒体广告行业中的主要种群

图表10：两个物种种群的相互作用类型

图表11：生活圈媒体广告细分种群间的关系

图表12：广告主种群与广告媒介种群矛盾

图表13：广告主种群与广告媒介种群矛盾的解决方案

图表14：我国生活圈媒体广告公司种群内部矛盾

图表15：广告公司种群与资本种群间矛盾的解决方案

图表16：生活圈媒体广告行业相关法规政策

图表17：生活圈媒体广告行业相关标准

图表38：我国生活圈媒体广告投放额及同比增速（单位：亿元，%）

图表39：2016年主要细分行业广告支出及同比增速（单位：家，百万元，%）

图表40：主要细分行业对广告行业增长的贡献率（单位：%）

图表41：生活圈媒体广告投放额前十企业对比

图表42：TOP10广告主的投放额占比（单位：%）

图表43：TOP10广告主的集中度（单位：%）

图表44：生活圈媒体广告行业利润高的原因

图表45：各类型广告公司盈利能力

图表46：生活圈媒体广告行业发展面临的威胁

图表47：生活圈媒体广告行业发展面临的机遇

图表48：不同地区生活圈媒体广告受众偏好分析83

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R09/R0904/201903/22-290387.html>