

# 2022-2027年中国生活圈媒体广告行业发展监测及 投资战略研究报告

报告大纲

## 一、报告简介

华经情报网发布的《2022-2027年中国生活圈媒体广告行业发展监测及投资战略研究报告》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：<https://www.huaon.com/channel/media/807208.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.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、报告目录及图表目录

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：

第一部分 行业发展环境

第一章 生活圈媒体广告行业发展综述

第一节 生活圈媒体广告行业定义及分类

一、行业定义

二、行业分类

第二节 生活圈媒体广告的特征

一、形态特征

1、产品结构特征

2、产品美学特征

二、传播特征

第三节 生活圈媒体广告发布流程

一、申请生活圈媒体广告具备的条件

二、申请发布生活圈媒体广告的程序

第四节 生活圈媒体广告行业的地位

一、与城市建设的关系

二、与城市文化形象的关系

三、与城市经济发展的关系

第五节 生活圈媒体广告的作用概述

一、提升城市形象

二、活跃经济发展

三、展现城市地域特色

四、公益性生活圈媒体广告效应

第二章 生活圈媒体广告行业市场环境及影响分析（PEST）

第一节 生活圈媒体广告行业政治法律环境（P）

一、行业政策环境分析

二、政策环境对行业的影响

第二节 行业经济环境分析（E）

一、宏观经济形势分析

## 二、宏观经济环境对行业的影响分析

### 第三节 行业社会环境分析（S）

#### 一、生活圈媒体广告产业社会环境

#### 二、社会环境对行业的影响

### 第四节 行业技术环境分析（T）

#### 一、生活圈媒体广告制作材料

#### 二、生活圈媒体广告技术工艺分析

#### 三、技术环境对行业的影响

## 第三章 国际生活圈媒体广告行业发展分析及经验借鉴

### 第一节 全球生活圈媒体广告市场总体情况分析

#### 一、全球生活圈媒体广告行业发展概况

#### 二、全球生活圈媒体广告市场产品结构

#### 三、全球生活圈媒体广告行业发展特征

### 第二节 全球主要国家（地区）市场分析

#### 一、美国生活圈媒体广告行业发展分析

#### 二、欧洲生活圈媒体广告行业发展分析

#### 三、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、韩国生活圈媒体广告行业发展分析

## 第二部分 行业运行分析

## 第四章 我国生活圈媒体广告行业运行现状分析

### 第一节 我国生活圈媒体广告行业发展状况分析

#### 一、我国生活圈媒体广告行业发展阶段

#### 二、我国生活圈媒体广告行业发展总体概况

#### 三、我国生活圈媒体广告行业发展特点分析

### 第二节 生活圈媒体广告行业发展现状

#### 一、我国生活圈媒体广告行业市场规模

#### 二、我国生活圈媒体广告行业发展分析

##### 1、生活圈媒体广告行业整体环境分析

##### 2、生活圈媒体广告发展模式创新分析

##### 3、生活圈媒体广告行业新形势分析

##### 4、高科技对生活圈媒体广告的影响分析

### 第三节 生活圈媒体广告市场投放分析

#### 一、生活圈媒体广告市场投放综述

## 二、重点行业生活圈媒体广告投放分析

- 1、交通类
- 2、邮电通讯
- 3、娱乐休闲
- 4、化妆品
- 5、房地产

## 三、广告主投放生活圈媒体广告分析

- 四、生活圈媒体广告投放前10品牌分析
- 五、商务楼宇广告投放分析
- 六、移动广告投放分析

## 第四节 我国生活圈媒体广告市场价格走势分析

- 一、生活圈媒体广告市场定价机制组成
- 二、生活圈媒体广告市场价格影响因素
- 三、2022-2027年生活圈媒体广告产品价格走势预测

## 第五章 我国生活圈媒体广告市场供需形势分析

### 第一节 中国生活圈媒体广告产品产量分析及预测

- 一、生活圈媒体广告产业总体产能规模
- 二、生活圈媒体广告生产区域分布
- 三、2021年产量
- 四、2021年消费情况

### 第二节 中国生活圈媒体广告市场需求分析及预测

- 一、中国生活圈媒体广告需求特点
- 二、主要地域分布

### 第三节 中国生活圈媒体广告价格趋势分析

- 一、中国生活圈媒体广告2021年价格趋势
- 二、中国生活圈媒体广告当前市场价格及分析
- 三、影响生活圈媒体广告价格因素分析

## 第六章 生活圈媒体广告主及受众分析

### 第一节 我国生活圈媒体广告主分析

- 一、广告主行业构成
- 二、广告主的生活圈媒体广告费占广告预算比例
- 三、广告主投放生活圈媒体广告的目的
- 四、广告主选择生活圈媒体广告的因素
- 五、广告主对生活圈媒体广告的效果评价
- 六、广告主了解并投放生活圈媒体广告的渠道

七、广告主签订生活圈媒体广告合同后的满意度

八、广告主投放生活圈媒体广告成功的关键因素

九、广告主认为生活圈媒体广告的不足及原因

十、广告主对生活圈媒体广告新形式的看法

## 第二节 生活圈媒体广告受众分析

### 一、生活圈媒体广告受众行为特征分析

1、受众户外时间分析

2、受众交通工具选择分析

3、受众接触户外媒体的黄金时间

4、受众接触户外媒体的黄金地段

5、不同年龄受众生活圈媒体广告接触情况

6、不同收入受众生活圈媒体广告接触情况

### 二、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

## 第三节 影响生活圈媒体广告投放的因素分析

一、生活圈媒体广告投放的宏观因素分析

二、生活圈媒体广告创意影响分析

三、生活圈媒体广告投放时机影响分析

## 第四节 生活圈媒体广告设计及投放策略

### 一、生活圈媒体广告设计分析

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

### 二、生活圈媒体广告投放策略

## 第三部分 行业深度分析

## 第七章 我国生活圈媒体广告细分市场分析及预测

### 第一节 户外电子屏广告市场分析预测

#### 一、户外电子屏广告的定义和分类

1、户外电子屏广告的定义

2、户外电子屏广告的分类

#### 二、户外电子屏广告市场现状分析

1、户外电子屏广告发展概况

2、户外电子屏竞争格局

### 3、户外电子屏广告主规模

#### 三、户外电子屏广告主要细分市场分析

##### 1、公交地铁电子屏广告市场

(1) 公交地铁电子屏广告市场规模

(2) 公交地铁电子屏广告市场竞争格局

(3) 公交地铁电子屏广告市场发展趋势

##### 2、商业楼宇电子屏广告市场

(1) 商业楼宇电子屏广告市场规模

(2) 商业楼宇电子屏广告市场竞争格局

(3) 商业楼宇电子屏广告市场发展趋势

##### 3、航空电子屏广告市场

(1) 航空电子屏广告市场规模

(2) 航空电子屏广告市场竞争格局

(3) 航空电子屏广告市场发展趋势

#### 四、LED大屏幕广告市场

##### 1、LED大屏幕广告市场规模

##### 2、LED大屏幕广告市场竞争格局

#### 五、2022-2027年户外电子屏广告市场发展趋势

##### 1、促进因素分析

##### 2、阻碍因素分析

#### 第二节 公交车身广告市场分析预测

##### 一、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

##### 二、公交车身广告市场现状分析

###### 1、公交车身广告适合各类产品发布

###### 2、高接触机率和稳定的接触频次

###### 3、较强的地理针对性较低的千人成本(CPM)

###### 4、较低的千人成本(CPM)

##### 三、公交车身广告投放效果分析

###### 1、车身广告发布目的

###### 2、广告排期的配合

###### 3、广告位置的配合

#### 第三节 电梯平面广告市场分析预测

- 一、电梯平面广告基本情况
- 二、电梯平面广告功能分析
  - 1、基础性、视觉性、长效性、整合性、互补性功能
  - 2、受众群体层面的综合性与针对性功能
  - 3、引发共同关注，现场交流，快速促成消费决策功能
- 三、电梯平面广告优点
- 四、电梯平面广告特点分析
- 五、电梯平面广告盈利模式
- 六、电梯平面广告问题情况
- 七、电梯平面广告发展趋势

#### 第四节 生活圈媒体广告其他细分市场分析预测

- 一、灯箱广告市场分析预测
  - 1、灯箱广告市场发展现状
  - 2、灯箱广告市场发展趋势
- 二、候车亭广告市场分析预测
  - 1、候车亭广告市场发展现状
  - 2、候车亭广告市场发展趋势
- 三、单立柱广告市场分析预测
  - 1、单立柱广告市场发展现状
  - 2、单立柱广告市场发展趋势
- 四、霓虹灯广告市场分析预测
- 五、路牌广告市场分析预测
- 六、机场广告市场分析预测
- 七、高速公路广告市场分析预测
- 八、地铁广告市场分析预测

#### 第八章 生活圈媒体广告所属行业区域市场分析

##### 第一节 一级城市生活圈媒体广告市场发展分析

- 一、北京市生活圈媒体广告市场发展分析
- 二、上海市生活圈媒体广告市场发展分析
- 三、广州市生活圈媒体广告市场发展分析
- 四、深圳市生活圈媒体广告市场发展分析

##### 第二节 二、三级城市生活圈媒体广告市场发展分析

- 一、成都市生活圈媒体广告市场发展分析
- 二、武汉市生活圈媒体广告市场发展分析
- 三、南京市生活圈媒体广告市场发展分析



四、杭州市生活圈媒体广告市场发展分析

五、郑州市生活圈媒体广告市场发展分析

六、长沙市生活圈媒体广告市场发展分析

第四部分 行业竞争格局

第九章 2022-2027年生活圈媒体广告行业竞争形势及策略

第一节 行业总体市场竞争状况分析

一、生活圈媒体广告行业竞争结构分析

二、生活圈媒体广告行业企业间竞争格局分析

三、生活圈媒体广告行业集中度分析

四、生活圈媒体广告行业SWOT分析

第二节 中国生活圈媒体广告行业竞争格局综述

一、生活圈媒体广告行业竞争概况

二、中国生活圈媒体广告行业竞争力分析

三、中国生活圈媒体广告产品竞争力优势分析

第三节 生活圈媒体广告行业竞争格局分析

一、国内外生活圈媒体广告竞争分析

二、我国生活圈媒体广告市场竞争分析

三、我国生活圈媒体广告市场集中度分析

四、国内主要生活圈媒体广告企业动向

第四节 生活圈媒体广告行业并购重组分析

一、跨国公司在华投资兼并与重组分析

二、本土企业投资兼并与重组分析

三、行业投资兼并与重组趋势分析

第五节 2022-2027年生活圈媒体广告市场竞争策略分析

第十章 生活圈媒体广告行业领先企业经营形势分析

第一节 分众传媒控股有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业户外媒体资源

四、企业服务区域分析

第二节 成都博瑞传播股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业户外媒体资源

四、企业服务区域分析

### 第三节 航美传媒集团有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业产品服务分析
- 三、企业户外媒体资源
- 四、企业服务区域分析

### 第四节 白马户外媒体有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业产品服务分析
- 三、企业户外媒体资源
- 四、企业服务区域分析

### 第五节 南京永达户外传媒有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业产品服务分析
- 三、企业户外媒体资源
- 四、企业服务区域分析

## 第五部分 行业发展预测

### 第十一章 2022-2027年生活圈媒体广告行业前景及趋势

#### 第一节 2022-2027年生活圈媒体广告市场发展前景

- 一、2022-2027年生活圈媒体广告市场发展潜力
- 二、2022-2027年生活圈媒体广告市场发展前景展望
- 三、2022-2027年生活圈媒体广告细分行业发展前景分析
  - 1、霓虹灯广告应用前景分析
  - 2、灯箱广告市场前景分析
  - 3、LED生活圈媒体广告市场前景分析
  - 4、公交地铁电子屏广告市场前景分析
  - 5、机场广告市场前景分析

#### 第二节 2022-2027年生活圈媒体广告市场发展趋势预测

- 一、2022-2027年生活圈媒体广告行业发展趋势
- 二、2022-2027年生活圈媒体广告规划原则
- 三、2022-2027年细分市场发展趋势预测

#### 第三节 2022-2027年中国生活圈媒体广告行业供需预测

- 一、2022-2027年中国生活圈媒体广告行业供给预测
- 二、2022-2027年中国生活圈媒体广告行业需求预测
- 三、2022-2027年中国生活圈媒体广告行业供需平衡预测

### 第十三章 2022-2027年生活圈媒体广告行业投资机会与风险防范

## 第一节 生活圈媒体广告行业投融资情况

### 一、行业资金渠道分析

### 二、固定资产投资分析

### 三、兼并重组情况分析

## 第二节 2022-2027年生活圈媒体广告行业投资机会

### 一、产业链投资机会

### 二、细分市场投资机会

### 三、重点区域投资机会

### 四、生活圈媒体广告行业投资机遇

## 第三节 2022-2027年生活圈媒体广告行业投资风险及防范

### 一、政策风险及防范

### 二、技术风险及防范

### 三、供求风险及防范

### 四、宏观经济波动风险及防范

### 五、企业经营风险及防范

### 六、其他风险及防范

#### 1、管理风险分析

#### 2、资金短缺风险

## 第四节 中国生活圈媒体广告行业投资建议

### 一、生活圈媒体广告行业未来发展方向

### 二、生活圈媒体广告行业主要投资建议

### 图表目录：

图表：2021年年末人口数及其构成

图表：2017-2021年中国生活圈媒体广告行业市场规模及增长分析

图表：生活圈媒体广告费用支出占广告总预算比例

图表：广告主选择生活圈媒体广告看重点

图表：广告主了解并投放生活圈媒体广告的渠道

图表：2021年中国户外电子屏广告收入市场份额

图表：2021年中国公交地铁电子屏广告市场规模

图表：2021年中国商业楼宇电子屏广告市场规模

图表：2021年中国商业楼宇电子屏广告市场份额分布

图表：2021年中国航空电子屏广告市场规模

图表：2021年中国航空电子屏广告市场份额分布

图表：2021年中国超大LED电子屏广告市场份额分布

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/channel/media/807208.html>