

# 2022-2028年中国互联网+ 地铁广告行业前景展望与投资战略咨询报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

# 一、报告报价

《2022-2028年中国互联网+地铁广告行业前景展望与投资战略咨询报告》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.cction.com/report/202205/289496.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

地铁广告是指在地铁范围内设置的各种广告，广告形式有十二封灯箱、四封通道海报、特殊位灯箱、扶梯、车厢内海报等，其特点是人流集中、受注目程度高，能够增加产品的认知度。

伴随着经济的与科技的不断发展，目前我国的轨道交通正处在迅速发展阶段。从而使得地铁广告迅速发展。我国轨道交通的迅猛发展，尤其是在一些发达城市，如上海、北京、广州等地，地铁已经成为城市交通的主力，二线城市地铁的发展空间则更为宽广，给地铁广告提供更加宽广的空间。加之地铁庞大的人流量，提升了地铁媒体的商业价值；新兴技术的快速发展为数字视频媒体广告行业发展提供了技术支持，使得我国地铁广告行业具有广阔的发展前景。

从目前的发展情况来看，地铁广告电商渠道已经初步建立并获得了一定的发展。据了解，当下国内专业电商平台有传播易、易播网、鹰目网等几家网站，主要提供全国或区域广告行业资讯、广告媒体资源在线展示等服务。以易播网为例，其总体的平台下分行业资讯、资源搜索、需求发布、广告团购、客户管理等模块，拥有独立的电商运作团队，线下则拥有代理行、数据等进行整合服务，其他电商平台模式虽各有特色，但可谓“百变不离其宗”。广告商选择与此类电商平台合作进行网上的展示或团购，是地铁广告业迈向O2O电商模式最具实质的一步。

中企顾问网发布的《2022-2028年中国互联网+地铁广告行业前景展望与投资战略咨询报告》共八章。首先介绍了互联网+地铁广告行业市场发展环境、互联网+地铁广告整体运行态势等，接着分析了互联网+地铁广告行业市场运行的现状，然后介绍了互联网+地铁广告市场竞争格局。随后，报告对互联网+地铁广告做了重点企业经营状况分析，最后分析了互联网+地铁广告行业发展趋势与投资预测。您若想对互联网+地铁广告产业有个系统的了解或者想投资互联网+地铁广告行业，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：

第一章 电子商务与“互联网+”

第一节 电子商务发展分析

一、电子商务基本定义

二、电子商务发展阶段

三、电子商务基本特征

四、电子商务支撑环境

五、电子商务基本模式

（一）电子商务分类

（二）电子商务功能

（三）电子商务运营模式

六、电子商务规模分析

第二节 “互联网+”的相关概述

一、“互联网+”的提出

二、“互联网+”的内涵

三、“互联网+”的发展

四、“互联网+”的评价

五、“互联网+”的趋势

第二章 互联网环境下地铁广告行业的机会与挑战

第一节 2019中国互联网环境分析

一、网民基本情况分析

（一）总体网民规模分析

（二）手机网民规模分析

（三）农村网民规模分析

（四）网民属性结构分析

二、网民互联网应用状况

（一）信息获取情况分析

（二）商务交易发展情况

（三）交流沟通现状分析

（四）网络娱乐应用分析

（五）公共服务应用分析

第二节 互联网环境下地铁广告行业的机会与挑战

一、互联网时代行业大环境的变化

二、电商成为传统企业发展突破口

### 三、互联网助力地铁广告的发展

#### 第三节 互联网地铁广告行业的改造与重构

##### 一、互联网重构行业的供应链格局

##### 二、互联网改变广告企业营销模式

#### 第四节 地铁广告与互联网融合创新机会孕育

##### 一、促进地铁广告与大数据的融合

##### 二、互联网技术对行业促进作用

##### 三、电商黄金发展期机遇分析

### 第三章 地铁商业行业发展情况分析

#### 第一节 地铁商业行业发展总体情况

##### 一、地铁商业行业发展现状分析

##### 二、地铁商业行业发展类别分析

##### 三、地铁商业行业发展特点分析

##### 四、地铁商业行业发展问题分析

#### 第二节 地铁商业发展优势及功能分析

#### 第三节 影响地铁商业发展的因素和策略

##### 一、影响地铁商业发展的因素分析

##### 二、地铁商业行业的发展前景分析

##### 三、城市扩张下地铁商业发展策略

### 第四章 地铁广告行业发展现状分析

#### 第一节 地铁广告行业发展现状分析

##### 一、地铁广告行业产业政策分析

##### 二、地铁广告行业发展现状分析

##### 三、地铁广告行业发展特点分析

##### 四、地铁广告行业的盈利点分析

##### 五、地铁广告行业市场规模分析

#### 第二节 地铁广告发展的优势与劣势

##### 一、地铁广告发展的优势分析

##### 二、地铁广告发展的劣势分析

#### 第三节 地铁广告行业市场前景分析

- 一、地铁广告行业发展趋势分析
- 二、地铁广告行业市场规模预测
- 三、地铁广告行业发展前景分析

## 第五章 地铁广告行业电商发展及未来前景分析

### 第一节 地铁广告电商市场发展总体情况

- 一、地铁广告电商总体开展情况
- 二、地铁广告电商发展的重要意义
- 三、地铁广告电商渠道的渗透情况

### 第二节 地铁广告电商所属行业盈利能力分析

- 一、地铁广告电子商务发展有利因素
- 二、地铁广告电子商务发展制约因素
- 三、地铁广告电商所属行业经营成本分析
- 四、地铁广告电商所属行业盈利模式分析

### 第三节 电商行业未来前景及趋势预测

- 一、地铁广告电商行业市场前景分析
- 二、地铁广告电商未来发展趋势分析

## 第六章 地铁广告企业互联网战略体系构建及平台选择

### 第一节 地铁广告企业转型电商构建分析

#### 一、地铁广告电子商务关键环节分析

- (一) 产品采购与组织
- (二) 电商网站建设
- (三) 网站品牌建设及营销
- (四) 服务体系
- (五) 网站增值服务

#### 二、电子商务网站构建

- (一) 网站域名申请
- (二) 网站运行模式
- (三) 网站开发规划
- (四) 网站需求规划

### 第二节 地铁广告企业转型电商发展途径

一、电商B2B发展模式

二、电商B2C发展模式

三、电商O2O发展模式

### 第三节 地铁广告企业转型电商平台选择分析

一、自建商城网店平台

（一）自建商城概况分析

（二）自建商城优势分析

二、借助第三方网购平台

（一）电商平台的优劣势

（二）电商平台盈利模式

三、电商服务外包模式分析

（一）电商服务外包的优势

（二）电商服务外包可行性

（三）电商服务外包前景

## 第七章 地铁广告主流网站平台及主要企业分析

### 第一节 传播易

一、平台发展基本情况

二、平台主营业务分析

三、平台运营模式分析

四、平台发展优势分析

### 第二节 易播网

一、平台发展基本情况

二、平台主营业务分析

三、平台业务分布情况

四、平台发展优势分析

### 第三节 鹰目网

一、平台发展基本情况

二、平台主要功能分析

三、平台业务分布情况

四、平台发展优势分析

### 第四节 上海基美文化传媒股份有限公司

- 一、企业发展基本情况
- 二、企业主要业务分析
- 三、企业经营情况分析
- 四、企业发展优势分析

#### 第五节 浙江华媒控股股份有限公司

- 一、企业发展基本情况
- 二、企业主要业务分析
- 三、企业经营情况分析
- 四、企业发展优势分析

### 第八章 地铁广告企业进入互联网领域投资策略分析

#### 第一节 中国地铁广告产业投资风险分析

- 一、宏观经济风险
- 二、宏观政策风险
- 三、市场竞争风险
- 四、技术创新风险

#### 第二节 地铁广告企业电子商务市场投资要素

- 一、企业自身发展阶段的认知分析
- 二、企业开展电子商务目标的确定
- 三、企业电子商务发展的认知确定
- 四、企业转型电子商务的困境分析

#### 第三节 地铁广告企业电商市场策略分析

- 一、电商化总策略
- 二、OO电商模式
- 三、专业BB网站

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202205/289496.html>