|  |
| --- |
| [2024-2030年中国生活圈媒体行业发展全面调研与未来趋势报告](https://www.20087.com/6/96/ShengHuoQuanMeiTiFaZhanQuShi.html) |



#### [中国市场调研网](https://www.20087.com/)

[www.20087.com](https://www.20087.com/)

一、基本信息

|  |  |
| --- | --- |
| 名称： | [2024-2030年中国生活圈媒体行业发展全面调研与未来趋势报告](https://www.20087.com/6/96/ShengHuoQuanMeiTiFaZhanQuShi.html) |
| 报告编号： | 2656966　　←电话咨询时，请说明该编号。 |
| 市场价： | 电子版：8800 元　　纸介＋电子版：9000 元 |
| 优惠价： | 电子版：7800 元　　纸介＋电子版：8100 元　　可提供增值税专用发票 |
| 咨询电话： | 400 612 8668、010-66181099、010-66182099、010-66183099 |
| Email： | Kf@20087.com |
| 在线阅读： | [<https://www.20087.com/6/96/ShengHuoQuanMeiTiFaZhanQuShi.html>](https://www.20087.com/2/95/ZhiNengXiWanJiShiChangQianJingYuCe.html) |
| 温馨提示： | 订购英文、日文等版本报告，请拨打订购咨询电话或发邮件咨询。 |

二、内容简介

　　生活圈媒体即基于社区和商圈的本地化媒体平台，近年来在数字营销领域崭露头角。这些平台通过社交媒体、移动应用和线下活动，为本地商家提供精准的广告投放渠道，同时也为居民提供生活资讯、优惠信息和社交互动空间。随着大数据和人工智能的发展，生活圈媒体能够更精准地分析用户偏好，推送个性化内容。
　　未来，生活圈媒体将更加侧重于内容的定制化和用户体验的优化。虚拟现实(VR)和增强现实(AR)技术的应用将创造沉浸式的广告体验，吸引年轻一代的注意力。同时，区块链技术的引入将提高广告交易的透明度和安全性，增强用户对媒体平台的信任。此外，与社区服务和公益项目的结合，将提升生活圈媒体的社会影响力，促进社区的凝聚力和可持续发展。
　　[2024-2030年中国生活圈媒体行业发展全面调研与未来趋势报告](https://www.20087.com/6/96/ShengHuoQuanMeiTiFaZhanQuShi.html)全面分析了生活圈媒体行业的市场规模、需求和价格动态，同时对生活圈媒体产业链进行了探讨。报告客观描述了生活圈媒体行业现状，审慎预测了生活圈媒体市场前景及发展趋势。此外，报告还聚焦于生活圈媒体重点企业，剖析了市场竞争格局、集中度以及品牌影响力，并对生活圈媒体细分市场进行了研究。生活圈媒体报告以专业、科学的视角，为投资者和行业决策者提供了权威的市场洞察与决策参考，是生活圈媒体产业相关企业、研究单位及政府了解行业动态、把握发展方向的重要工具。

第一部分 行业运行现状
第一章 生活圈媒体行业发展概述
　　第一节 生活圈媒体概述
　　　　一、定义
　　　　二、行业概况
　　第二节 生活圈媒体行业产业链分析
　　　　一、行业经济特性
　　　　二、产业链结构分析
　　　　三、产业链上下游对生活圈媒体行业的影响分析
　　第三节 全球生活圈媒体行业发展分析
　　　　一、全球生活圈媒体行业发展历程
　　　　二、全球生活圈媒体行业主要生产国家地区分析
　　　　三、全球生活圈媒体行业发展趋势分析

第二章 2019-2024年中国生活圈媒体行业发展环境分析
　　第一节 2019-2024年中国生活圈媒体行业经济发展环境分析
　　第二节 2019-2024年中国生活圈媒体行业政策发展环境分析
　　　　一、生活圈媒体行业相关政策分析
　　　　二、行业生产标准分析
　　第三节 2019-2024年中国生活圈媒体行业社会环境发展分析
　　　　一、人口环境分析
　　　　二、文化环境分析
　　　　三、中国城镇化率
　　　　四、居民的各种消费观念和习惯
　　第四节 2019-2024年中国生活圈媒体行业技术发展环境分析
　　　　一、生活圈媒体行业技术现状分析
　　　　二、生活圈媒体行业技术趋势分析

第二部分 行业深度分析
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、2024-2030年生活圈媒体广告产品价格走势预测

第七章 我国生活圈媒体广告细分市场调研及预测
　　第一节 户外电子屏广告市场分析
　　　　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调研
　　　　　　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
　　　　　　媒体资源价值方面，而随着新一线城市的逐步崛起，其价值也在逐步提升。据调研结果显示，电梯广告的渗透率在二三线城市中产人群的消费者中增长最为明显。
　　　　　　2019年每月电梯媒体刊例花费增幅情况图
　　　　　　（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、影院映前广告市场
　　　　目前宏观经济虽处于下行周期，但参考美国，经济大萧条的十年同时也是好莱坞电影的黄金十年，我们认为国内电影市场仍将持续增长。受益于院线的下沉和观影人次逐年上升，影院广告价值也将持续凸显，市场规模将快速增长。
　　　　我国电影广告主要分为贴片广告、映前广告、阵地广告、植入广告四大类。
　　　　2019-2024年映前广告市场规模图
　　　　　　1、影院映前广告市场规模
　　　　　　2、影院映前广告市场竞争格局
　　　　五、2024-2030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
　　　　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
　　　　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
　　　　一、灯箱广告市场分析
　　　　　　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
　　　　　　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
　　　　　　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
　　　　　　1、霓虹灯广告市场发展现状
　　　　　　2、霓虹灯广告市场发展趋势
　　　　五、路牌广告市场分析
　　　　　　1、路牌广告市场发展现状
　　　　　　2、路牌广告市场发展趋势
　　　　六、机场广告市场分析
　　　　　　1、机场广告市场发展现状
　　　　　　2、机场广告市场发展趋势
　　　　七、高速公路广告市场分析
　　　　　　1、高速公路广告市场发展现状
　　　　　　2、高速公路广告市场发展趋势
　　　　八、地铁广告市场分析
　　　　　　1、地铁广告市场发展现状
　　　　　　2、地铁广告市场发展趋势

第五章 2019-2024年中国生活圈媒体所属行业市场营销情况分析
　　第一节 2019-2024年中国生活圈媒体市场营销现状分析
　　　　一、生活圈媒体市场营销动态概览
　　　　二、生活圈媒体营销模式分析
　　　　三、生活圈媒体市场营销渠道分析
　　第二节 2019-2024年中国生活圈媒体网络营销分析
　　第三节 2019-2024年中国生活圈媒体市场营销策略分析
　　　　一、产品策略
　　　　二、价格策略
　　　　三、渠道策略

第六章 影响企业经营的关键趋势
　　第一节 市场整合成长趋势
　　第二节 需求变化趋势及新的商业机遇预测
　　第三节 企业区域市场拓展的趋势
　　第四节 科研开发趋势及替代技术进展
　　第五节 影响企业销售与服务方式的关键趋势
　　第六节 中国生活圈媒体行业SWOT分析
　　　　一、优势分析
　　　　二、劣势分析
　　　　三、机遇分析
　　　　四、威胁分析

第三部分 行业竞争分析
第七章 2019-2024年中国生活圈媒体行业竞争状况分析
　　第一节 2019-2024年中国生活圈媒体行业竞争力分析
　　　　一、品牌竞争分析
　　　　二、技术竞争分析
　　第二节 2019-2024年中国生活圈媒体行业市场区域格局分析
　　　　一、重点生产区域竞争力分析
　　　　二、市场销售集中分布
　　　　三、国内企业与国外企业相对竞争力
　　第三节 中国生活圈媒体行业五力竞争分析
　　　　一、行业内竞争
　　　　二、潜在进入者威胁
　　　　三、替代品威胁
　　　　四、供应商议价能力分析
　　　　五、买方议价能力分析
　　第四节 2019-2024年中国生活圈媒体产业提升竞争力策略分析

第八章 主要生活圈媒体企业竞争分析
　　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 华视传媒集团有限公司
　　　　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 德高中国集团
　　　　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
　　第六节 永达户外传媒集团
　　　　一、企业发展简况分析
　　　　二、企业户外媒体资源
　　　　三、企业服务区域分析
　　　　四、企业区域布局情况
　　第七节 中国香港雅仕维媒体集团
　　　　一、企业发展简况分析
　　　　二、企业户外媒体资源
　　　　三、企业服务区域分析
　　　　四、企业经营情况分析
　　第八节 百灵时代传媒集团有限公司
　　　　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
　　第九节 巴士在线科技有限公司
　　　　一、企业发展简况分析
　　　　二、企业产品服务分析
　　　　三、企业服务区域分析
　　　　四、企业经营情况分析
　　第十节 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、企业经营收入分析
　　　　四、企业偿债能力分析

第九章 2024-2030年生活圈媒体广告行业前景及趋势
　　第一节 2024-2030年生活圈媒体广告市场前景预测
　　　　一、2024-2030年生活圈媒体广告市场发展潜力
　　　　二、2024-2030年生活圈媒体广告市场前景预测展望
　　　　三、2024-2030年生活圈媒体广告细分行业趋势预测分析
　　　　　　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 2024-2030年生活圈媒体广告市场发展趋势预测
　　　　一、2024-2030年生活圈媒体广告行业发展趋势
　　　　　　1.户外媒体强者更强，中小型户外公司寻求抱团合作意向更明显
　　　　　　2.户外媒介环境进入多屏时代，行业整体进入创新、整合期
　　　　　　3.生活圈媒体广告以终端规模拉动经济规模影响力有限
　　　　　　4.各城市对户外媒体整治力度加大，致使户外媒体资源的稀缺性决定其价值
　　　　　　5.新技术助力生活圈媒体广告优化转型，内容型广播电视受青睐
　　　　　　6.大事件带动生活圈媒体广告投放，全球市场优化配置生活圈媒体广告资源
　　　　　　7.受众生活形态与出行方式复杂多样化，赋予生活圈媒体广告更多的传播空间
　　　　　　8.户外媒体与消费者互动提升宣传能量，提升传播实效精准度
　　　　　　9.户外高铁、航空媒体市场高度集中，形成寡头格局
　　　　　　10.媒体采购成本上涨，抑制户外媒体涨幅
　　　　二、2024-2030年生活圈媒体广告规划原则
　　　　　　1、整体性与多样性相结合原则
　　　　　　2、低碳环保与环境协调性原则
　　　　　　3、注重视觉美学原则
　　　　　　4、实事求是和可操作性原则
　　　　三、2024-2030年细分市场发展趋势预测
　　第三节 2024-2030年中国生活圈媒体广告行业供需预测
　　　　一、2024-2030年中国生活圈媒体广告行业供给预测
　　　　二、2024-2030年中国生活圈媒体广告行业需求预测
　　　　三、2024-2030年中国生活圈媒体广告行业供需平衡预测
　　　　一、2024-2030年中国生活圈媒体行业最新投资动向
　　　　二、2024-2030年中国生活圈媒体行业投资机会分析
　　第五节 中-智-林－2024-2030年中国生活圈媒体行业主要投资建议

图表目录
　　图表 生活圈媒体行业产业链分析
　　图表 中国国内生产总值及其增长速度
　　图表 中国社会消费品零售总额
　　图表 中国居民消费价格月度涨跌幅度
　　图表 中国居民消费价格比上年涨跌幅度
　　图表 中国居民人均可支配收入及其增长速度
　　图表 2024-2030年中国生活圈媒体行业产量预测
　　……
　　图表 2024-2030年中国生活圈媒体行业销售收入预测
　　图表 2024-2030年中国生活圈媒体行业市场规模预测
略……

了解《[2024-2030年中国生活圈媒体行业发展全面调研与未来趋势报告](https://www.20087.com/6/96/ShengHuoQuanMeiTiFaZhanQuShi.html)》，报告编号：2656966，

请致电：400-612-8668、010-66181099、66182099、66183099，

Email邮箱：Kf@20087.com

详细介绍：<https://www.20087.com/6/96/ShengHuoQuanMeiTiFaZhanQuShi.html>

了解更多，请访问上述链接，以下无内容！