|  |
| --- |
| [2024-2030年中国生活圈媒体市场深度调查分析及发展前景研究报告](https://www.20087.com/0/93/ShengHuoQuanMeiTiShiChangDiaoYan.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年中国生活圈媒体市场深度调查分析及发展前景研究报告](https://www.20087.com/0/93/ShengHuoQuanMeiTiShiChangDiaoYan.html) |
| 报告编号： | 2389930　　←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/0/93/ShengHuoQuanMeiTiShiChangDiaoYan.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

　　生活圈媒体是那些专注于社区、商圈等局部区域的媒体平台，它们通过线上线下结合的方式，为用户提供本地化的生活资讯和服务。随着移动互联网的普及，生活圈媒体平台利用社交媒体、APP等多种渠道，构建起与用户的紧密联系。目前，生活圈媒体不仅在内容丰富性、互动性方面有所突破，还不断探索新的盈利模式，如精准广告投放、社区团购等，以此来吸引更多的商家和用户参与。  
　　生活圈媒体的未来发展将更加侧重于内容的个性化定制和服务的多元化拓展。一方面，通过大数据分析和算法推荐，生活圈媒体可以为用户提供更加个性化的信息和服务，增强用户的黏性。另一方面，随着商业模式的不断创新，生活圈媒体将探索更多增值服务的可能性，如线上预约、在线支付等，形成更加完整的商业闭环。此外，为了增强用户体验，生活圈媒体也将加强与线下实体的合作，提供更多元化的服务。  
　　《[2024-2030年中国生活圈媒体市场深度调查分析及发展前景研究报告](https://www.20087.com/0/93/ShengHuoQuanMeiTiShiChangDiaoYan.html)》在多年生活圈媒体行业研究结论的基础上，结合中国生活圈媒体行业市场的发展现状，通过资深研究团队对生活圈媒体市场各类资讯进行整理分析，并依托国家权威数据资源和长期市场监测的数据库，对生活圈媒体行业进行了全面、细致的调查研究。  
　　市场调研网发布的[2024-2030年中国生活圈媒体市场深度调查分析及发展前景研究报告](https://www.20087.com/0/93/ShengHuoQuanMeiTiShiChangDiaoYan.html)可以帮助投资者准确把握生活圈媒体行业的市场现状，为投资者进行投资作出生活圈媒体行业前景预判，挖掘生活圈媒体行业投资价值，同时提出生活圈媒体行业投资策略、营销策略等方面的建议。  
  
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 2018-2023年中国生活圈媒体行业发展环境分析  
　　第一节 2018-2023年中国生活圈媒体行业经济发展环境分析  
　　第二节 2018-2023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 2018-2023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 2018-2023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  
　　　　　　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。  
　　　　　　2018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。  
　　　　2018-2023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  
　　　　　　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、路牌广告市场分析预测  
　　　　　　1、路牌广告市场发展现状  
　　　　　　2、路牌广告市场发展趋势  
　　　　六、机场广告市场分析预测  
　　　　　　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预测  
　　　　　　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、地铁广告市场分析预测  
　　　　　　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 2018-2023年中国生活圈媒体所属行业市场营销情况分析  
　　第一节 2018-2023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 2018-2023年中国生活圈媒体网络营销分析  
　　第三节 2018-2023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 2018-2023年中国生活圈媒体行业竞争状况分析  
　　第一节 2018-2023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 2018-2023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 2018-2023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发展前景  
　　　　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发展前景展望  
　　　　三、2024-2030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 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年中国生活圈媒体市场深度调查分析及发展前景研究报告](https://www.20087.com/0/93/ShengHuoQuanMeiTiShiChangDiaoYan.html)》，报告编号：2389930，

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

Email邮箱：[Kf@20087.com](mailto:Kf@20087.com)

详细介绍：<https://www.20087.com/0/93/ShengHuoQuanMeiTiShiChangDiaoYan.html>

了解更多，请访问上述链接，以下无内容！