2015-2020年中国户外广告行业市场前瞻与投资战略规划分析报告

目 录

CONTENTS

第1章：户外广告行业发展综述
1.1 户外广告行业概述
1.1.1 户外广告的定义
1.1.2 户外广告的分类
（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 户外广告的特征
（1）户外广告形态特征
（2）户外广告传播特征
1.1.4 户外广告行业的作用
（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 户外广告行业种群分析
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 户外广告行业种群结构分析
（1）户外广告行业产业链分析
（2）户外广告行业的主要种群
（3）户外广告行业的种群间关系
1.2.3 户外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 户外广告行业发展环境分析
1.3.1 户外广告行业政策环境分析
（1）户外广告行业监管部门
（2）户外广告行业法规政策
（3）户外广告行业相关标准
1.3.2 户外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 户外广告行业社会环境分析
（1）户外广告行业文化环境分析
（2）户外广告行业消费环境分析
1）居民收入水平
2）居民消费心理分析
（3）户外广告行业城市环境分析
1.3.4 户外广告行业技术环境分析
（1）户外广告行业技术专利申请
1）申请年专利数量
2）公开年专利数量
（2）户外广告行业技术专利分布
1）户外广告行业专利申请人分析
2）户外广告行业专利技术构成分析
（3）技术发展对本行业的影响分析
第2章：户外广告行业发展现状分析

2.1 国际户外广告行业发展分析
2.1.1 国际户外广告行业发展历程
2.1.2 国际户外广告行业整体状况
2.1.3 美国户外广告行业发展分析
（1）美国户外广告行业管理规范
（2）美国户外广告行业市场规模
（3）美国户外广告行业需求结构
（4）美国户外广告行业重点客户
2.1.4 欧洲户外广告行业发展分析
（1）欧洲户外广告行业规模分析
（2）欧洲户外广告发展形态分析
（3）欧洲户外广告发布内容分析
（4）欧洲户外广告行业前景预测
2.1.5 亚洲国家户外广告行业发展分析
（1）日本户外广告行业发展分析
（2）新加坡户外广告行业发展分析
（3）印度户外广告行业发展分析
2.2 中国户外广告行业发展历程分析
2.2.1 中国户外广告行业发展历程
（1）户外广告行业恢复发展期
（2）户外广告行业改革发展期
（3）户外广告行业膨胀发展期
（4）户外广告行业平稳发展期
（5）户外广告行业迅速发展期
2.2.2 中国户外广告行业发展特点
（1）行业的集中度明显增加
（2）广告策划达到专业水准
（3）户外广告更加重视创意
（4）广告媒体资源争夺激烈
2.3 中国户外广告行业市场发展分析
2.3.1 户外广告行业市场规模
2.3.2 户外广告投放行业分析
2.3.3 户外广告投放品牌分析
2.3.4 户外媒体价格变化分析
2.3.5 户外广告行业利润分析
2.4 中国户外广告行业竞争状况分析
2.4.1 户外广告行业竞争现状分析
2.4.2 户外广告行业竞争格局分析
2.4.3 户外广告行业潜在威胁分析
2.5 中国户外广告行业发展机会与威胁
2.5.1 户外广告行业发展的威胁
2.5.2 户外广告行业发展的机会
第3章：户外广告行业受众及投放效果分析
3.1 户外广告行业受众分析
3.1.1 户外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 户外广告受众广告接触习惯
（1）受众对户外广告的接触频度分析
（2）不同年龄受众户外广告接触情况
（3）不同收入受众户外广告接触情况
3.1.3 户外广告受众认知心理分析
（1）受众对户外广告的认知情况
（2）户外广告受众的偏好分析
3.1.4 户外广告受众心理需求分析
3.2 户外广告投放效果分析
3.2.1 户外广告环境对投放效果影响分析
3.2.2 户外广告创意对投放效果影响分析
3.2.3 户外广告投放时机对效果影响分析

3.2.4 户外广告媒体类型对效果影响分析
3.3 户外广告设计及投放建议
3.3.1 户外广告设计策略分析
（1）提升户外广告的注意力
（2）增强户外广告的记忆度
（3）扩张广告的想象空间
（4）户外广告情感体验设计
3.3.2 户外广告投放建议
（1）户外广告投放时间选择
（2）户外广告投放地段选择
（3）户外广告投放媒体类型选择
第4章：户外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
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 电梯平面广告市场分析
4.3.1 电梯平面广告基本情况
（1）电梯平面广告基本尺寸
（2）电梯平面广告基本形式
（3）电梯平面广告画面制造
（4）电梯平面广告目标受众
4.3.2 电梯平面广告市场现状分析
（1）电梯平面广告市场发展状况
（2）电梯平面广告区域市场情况
4.3.3 电梯平面广告投放情况分析
（1）电梯平面广告投放覆盖面分析
（2）电梯平面广告投放行业分析
（3）电梯平面广告投放品牌分析
4.3.4 电梯平面广告投放效果分析
（1）电梯平面广告到达率评估
（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 户外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：户外广告行业区域市场分析
5.1 户外广告行业市场区域发展概况
5.2 一线城市户外广告行业市场分析
5.2.1 一线城市户外广告行业市场发展概况
5.2.2 北京市户外广告行业市场发展分析
（1）北京市户外广告行业管理规范
（2）北京市户外广告行业投放额分析
（3）北京市户外广告投放行业分析
（4）北京市户外广告投放品牌分析
（5）北京市户外广告媒体资源分析
5.2.3 上海市户外广告行业市场发展分析
（1）上海市户外广告行业管理规范
（2）上海市户外广告行业投放额分析
（3）上海市户外广告行业重点企业分析
（4）上海市机场类户外广告分析
（5）上海市旅游类户外广告媒体选择分析
（6）上海市户外广告媒体资源分析
5.2.4 广州市户外广告行业市场发展分析
（1）广州市户外广告行业管理规范
（2）广州市户外广告行业投放额分析
（3）广州市机场类户外广告分析
（4）广州市户外广告投放热点区域
（5）广州市户外广告行业竞争情况
5.2.5 深圳市户外广告行业市场发展分析
（1）深圳市户外广告行业管理规范
（2）深圳市户外广告行业市场现状
（3）深圳市户外广告投放行业分析
（4）深圳市户外广告投放品牌分析
（5）深圳市户外广告媒体资源分析
（6）深圳市户外广告行业竞争情况
5.3 二三线城市户外广告行业市场分析
5.3.1 二三线城市户外广告行业市场发展概况
5.3.2 武汉市户外广告行业市场发展分析
（1）武汉市户外广告行业管理规范
（2）武汉市户外广告行业市场现状
（3）武汉市户外广告投放品牌分析
（4）武汉市户外广告媒体资源分析
（5）武汉市户外广告行业竞争情况
5.3.3 南京市户外广告行业市场发展分析
（1）南京市户外广告行业管理规范
（2）南京市户外广告行业市场现状
（3）南京市户外广告媒体资源分析

（4）南京市户外广告行业整治情况
5.3.4 杭州市户外广告行业市场发展分析
（1）杭州市户外广告行业管理规范
（2）杭州市户外广告行业市场现状
（3）杭州市户外广告投放品牌分析
（4）杭州市户外广告媒体资源分析
（5）杭州市户外广告行业竞争情况
5.3.5 成都市户外广告行业市场发展分析
（1）成都市户外广告行业管理规范
（2）成都市户外广告行业市场现状
（3）成都市户外广告媒体资源分析
（4）成都市户外广告行业竞争情况
5.3.6 长沙市户外广告行业市场发展分析
（1）长沙市户外广告行业管理规范
（2）长沙市户外广告行业市场现状
（3）长沙市户外广告媒体资源分析
（4）长沙市户外广告行业整治情况
5.3.7 重庆市户外广告行业市场发展分析
（1）重庆市户外广告行业管理规范
（2）重庆市户外广告行业市场现状
（3）重庆市户外广告投放品牌分析
（4）重庆市户外广告媒体资源分析
（5）重庆市户外广告行业整治情况
第6章：户外广告行业重点企业经营分析
6.1 户外广告行业企业总体发展状况
6.2 户外广告行业重点企业经营分析
6.2.1 分众传媒控股有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）主要经济指标分析
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
（3）企业组织架构分析
（4）企业产品服务分析
（5）企业户外媒体资源
（6）企业服务区域分析
（7）企业经营优劣势分析
6.2.2 华视传媒集团有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）主要经济指标分析
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
（3）企业组织架构分析
（4）企业产品服务分析
（5）企业户外媒体资源
（6）企业服务区域分析
（7）企业经营优劣势分析
（8）企业最新发展动向分析
6.2.3 航美传媒集团有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）主要经济指标分析
1）主要经济指标分析
2）企业盈利能力分析
3）企业运营能力分析
4）企业偿债能力分析
5）企业发展能力分析
（3）企业组织架构分析

（4）企业产品服务分析
（5）企业户外媒体资源
（6）企业服务区域分析
（7）企业经营优劣势分析
（8）企业最新发展动向分析
6.2.4 海南白马广告媒体投资有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）主要经济指标分析
（3）企业盈利能力分析
（4）企业运营能力分析
（5）企业偿债能力分析
（6）企业发展能力分析
（7）企业组织架构分析
（8）企业产品服务分析
（9）企业户外媒体资源
（10）企业服务区域分析
（11）企业经营优劣势分析
6.2.5 德高中国集团经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业产品服务分析
（4）企业户外媒体资源
（5）企业服务区域分析
（6）企业经营优劣势分析
（7）企业最新发展动向分析
6.2.6 北京首都机场广告有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业组织架构分析
（4）企业产品服务分析
（5）企业户外媒体资源
（6）企业服务区域分析
（7）企业经营优劣势分析
6.2.7 号百信息服务有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业产品服务分析
（4）企业户外媒体资源
（5）企业服务区域分析
（6）企业经营优劣势分析
6.2.8 雅仕维传媒集团经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业产品服务分析
（4）企业户外媒体资源
（5）企业服务区域分析
（6）企业经营优劣势分析
6.2.9 百灵时代传媒集团有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业产品服务分析
（4）企业户外媒体资源
（5）企业服务区域分析
（6）企业经营优劣势分析
（7）企业最新发展动向分析
6.2.10 巴士在线传媒有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业组织架构分析

（4）企业产品服务分析
（5）企业户外媒体资源
（6）企业服务区域分析
（7）企业经营优劣势分析
（8）企业最新发展动向分析
6.2.11 高铁传媒广告有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业产品服务分析
（4）企业户外媒体资源
（5）企业服务区域分析
（6）企业经营优劣势分析
6.2.12 TOM户外传媒集团经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业主营业务分析
（3）企业运营情况分析
1）企业主要经济指标分析
2）企业盈利能力分析
3）企业运营能力分析
4）企业偿债能力分析
5）企业发展能力分析
（4）企业产品服务分析
（5）企业户外媒体资源
（6）企业服务区域分析
（7）企业经营优劣势分析
（8）企业最新发展动向
6.2.13 龙帆传媒集团经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业产品服务分析
（4）企业户外媒体资源
（5）企业服务区域分析
（6）企业经营优劣势分析
6.2.14 安康集团经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业产品服务分析
（4）企业户外媒体资源
（5）企业服务区域分析
（6）企业经营优劣势分析
6.2.15 世通华纳传媒控股有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业组织架构分析
（4）企业产品服务分析
（5）企业户外媒体资源
（6）企业服务区域分析
（7）企业经营优劣势分析
（8）企业最新发展动向
6.2.16 凤凰都市传媒科技股份有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业产品服务分析
（4）企业户外媒体资源
（5）企业服务区域分析
（6）企业经营优劣势分析
（7）企业最新发展动向分析
6.2.17 西部机场集团广告传媒（西安）有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析

（2）企业经营情况分析
（3）企业组织架构分析
（4）企业产品服务分析
（5）企业户外媒体资源
（6）企业服务区域分析
（7）企业经营优劣势分析
6.2.18 四川博瑞眼界户外传媒有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业组织架构分析
（4）企业产品服务分析
（5）企业户外媒体资源
（6）企业服务区域分析
（7）企业经营优劣势分析
6.2.19 上海铁路文化广告发展有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业组织架构分析
（4）企业产品服务分析
（5）企业户外媒体资源
（6）企业服务区域分析
（7）企业经营优劣势分析
6.2.20 成都经典视线广告传媒有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业产品服务分析
（4）企业户外媒体资源
（5）企业服务区域分析
（6）企业经营优劣势分析
6.2.21 大连国域无疆传媒集团有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业产品服务分析
（4）企业户外媒体资源
（5）企业服务区域分析
（6）企业经营优劣势分析
6.2.22 星海传媒广告有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业产品服务分析
（4）企业户外媒体资源
（5）企业服务区域分析
（6）企业经营优劣势分析
6.2.23 深圳市高速广告有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业产品服务分析
（4）企业户外媒体资源
（5）企业服务区域分析
（6）企业经营优劣势分析
6.2.24 信泽传媒（控股）有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业产品服务分析
（4）企业户外媒体资源
（5）企业服务区域分析
（6）企业经营优劣势分析
6.2.25 北京触动传媒广告有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析

（2）企业经营情况分析
（3）企业产品服务分析
（4）企业户外媒体资源
（5）企业服务区域分析
（6）企业经营优劣势分析
（7）企业最新发展动向分析
6.2.26 大贺传媒股份有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）主要经济指标分析
（3）企业盈利能力分析
（4）企业运营能力分析
（5）企业偿债能力分析
（6）企业发展能力分析
（7）企业产品服务分析
（8）企业户外媒体资源
（9）企业服务区域分析
（10）企业经营优劣势分析
（11）企业最新发展动向分析
6.2.27 财富传媒（中国）投资发展有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业组织架构分析
（4）企业产品服务分析
（5）企业户外媒体资源
（6）企业服务区域分析
（7）企业经营优劣势分析
6.2.28 湖南国邮传媒有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业组织架构分析
（4）企业产品服务分析
（5）企业户外媒体资源
（6）企业服务区域分析
（7）企业经营优劣势分析
6.2.29 北京炎黄健康时代传媒广告有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业组织架构分析
（4）企业产品服务分析
（5）企业户外媒体资源
（6）企业服务区域分析
（7）企业经营优劣势分析
6.2.30 北京融科传媒科技有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业组织架构分析
（4）企业产品服务分析
（5）企业户外媒体资源
（6）企业服务区域分析
（7）企业经营优劣势分析
第7章：户外广告行业投资分析与前景预测
7.1 户外广告行业投资分析
7.1.1 户外广告行业投资特性分析
（1）户外广告行业进入壁垒分析
（2）户外广告行业经营模式分析
7.1.2 户外广告行业投资现状分析
7.1.3 户外广告行业投资风险分析
（1）户外广告行业政策风险
（2）户外广告行业技术风险

（3）户外广告行业资源风险
（4）户外广告行业其他风险
7.2 户外广告行业前景预测
7.2.1 户外广告行业发展趋势分析
7.2.2 户外广告行业发展前景预测
7.3 户外广告行业投资建议
7.3.1 户外广告行业投资价值
7.3.2 户外广告行业可投资方向
7.3.3 户外广告行业投资方式建议

图表目录

图表1：户外广告按表现性质分类
图表2：户外广告按表现形式分类
图表3：户外广告按动态性分类
图表4：户外广告按购买方式分类
图表5：户外广告与城市建设的关系
图表6：户外广告与城市文化形象的关系
图表7：户外广告与城市经济发展的关系
图表8：媒介生态种群特征分析
图表9：户外广告产业链示意图
图表10：我国户外广告行业中的主要种群
图表11：两个物种种群的相互作用类型
图表12：户外广告细分种群间的关系
图表13：广告主种群与广告媒介种群矛盾
图表14：广告主种群与广告媒介种群矛盾的解决方案
图表15：我国户外广告公司种群内部矛盾
图表16：广告公司种群与资本种群间矛盾的解决方案
图表17：户外广告行业相关法规政策
图表18：户外广告行业相关标准
图表19：2010-2015年我国GDP增长情况及同比增长率（单位：万亿元，%）
图表20：2015年我国宏观经济指标预测（单位：%）
图表21：2009-2014年我国城乡居民收入情况（单位：元，%）
图表22：1996-2015年户外广告相关专利申请数量变化图（单位：个）
图表23：1996-2015年户外广告相关专利公开数量变化图（单位：个）
图表24：截至2015年7月底户外广告相关专利申请人构成表（单位：个）
图表25：截至2015年7月底户外广告相关专利技术构成表（单位：个）
图表26：2010-2014年全球各媒体广告支出（单位：百万美元）
图表27：2010-2014年全球各媒体广告支出份额（单位：%）
图表28：2014年全球户外广告市场份额分布（单位：%）
图表29：美国户外广告行业管理规范
图表30：1996-2014年美国户外广告收入情况（单位：亿美元）
图表31：美国前10大户外广告投放行业（按照投放额排名）
图表32：美国户外广告支出广告商TOP10
图表33：英国户外广告投放渠道分布（单位：%）
图表34：欧洲户外广告发布内容分析
图表35：日本户外广告定点媒体类型
图表36：日本户外广告移动媒体类型
图表37：新加坡户外广告类型
图表38：2006-2014年我国户外广告投放额及同比增速（单位：亿元，%）
图表39：2013年与2014年主要细分行业户外广告支出占比（单位：%）
图表40：2014年前20位户外广告投放企业（单位：%）
图表41：2013-2014年户外广告投放额前十企业对比
图表42：户外广告行业利润高的原因
图表43：各类型广告公司盈利能力
图表44：户外广告行业发展面临的威胁

图表45：户外广告行业发展面临的机遇
图表46：不同地区户外广告受众偏好分析
图表47：不同媒体的户外广告受众偏好分析
图表48：户外广告内部要素刺激
图表49：户外广告与周围环境的配合分析
图表50：户外广告的重复策略
图表51：广告信息简洁恰当分析
图表52：户外电子屏广告服务模式
图表53：中国户外电子屏广告主要种类
图表54：2009-2014年中国户外电子屏广告市场整体规模及同比增速（单位：亿元，%）
图表55：2009-2014年中国户外电子屏广告市场整体规模按季度同比增速（单位：亿元，%）
图表56：2014年4季度中国户外电子屏广告细分市场收入份额（单位：%）
图表57：2010-2014年中国公交地铁电子屏广告市场规模及同比增速（单位：亿元，%）
图表58：中国公交地铁电子屏厂商收入规模竞争格局（单位：%）
图表59：2010-2014年中国商业楼宇电子屏广告市场规模及同比增速（单位：亿元，%）
图表60：中国商业楼宇电子屏厂商收入规模竞争格局（单位：%）
图表61：2010-2014年中国航空电子屏广告市场规模及同比增速（单位：亿元，%）
图表62：中国航空电子屏厂商收入规模（单位：%）
图表63：2015-2020年中国户外电子屏广告市场规模及预测（单位：亿元）
图表64：2009-2014年中国公交车身广告市场规模及同比增速（单位：亿元，%）
图表65：中国公交车身广告一级市场投放情况（单位：百万元，%）
图表66：中国公交车身广告二级市场投放情况（单位：百万元，%）
图表67：中国公交车身广告三级市场投放情况（单位：百万元，%）
图表68：中国公交车身广告投放行业情况（单位：%）
图表69：京东商城电梯平面广告投放后到达情况（单位：%）
图表70：京东商城其他广告媒体到达情况（单位：%）
图表71：京东商城电梯平面广告投放前广告内容记忆（单位：%）
图表72：京东商城电梯平面广告投放前广告信息传递（单位：%）
图表73：京东商城电梯平面广告投放后广告喜好度（单位：%）
图表74：京东商城电梯平面广告投放后受众对广告的综合评价（单位：%）
图表75：京东商城电梯平面广告投放后对品牌的印象影响（单位：%）
图表76：电梯平面广告投放后对购买京东商城产品的影响（单位：%）
图表77：电梯平面广告到达情况对比（单位：%）
图表78：北京市户外广告行业管理规范
图表79：2008-2014年北京户外广告投放额及增速（单位：%）
图表80：近年来北京户外广告投放额分行业情况（单位：%）
图表81：近年来北京户外广告投放额前五大行业增幅对比（单位：%）
图表82：近年来北京户外广告投放前十大品牌对比
图表83：上海市户外广告行业管理规范
图表84：2011-2014年上海市户外广告投放额（单位：亿元）
图表85：上海机场类户外广告投放前五的行业占比（单位：%）
图表86：上海机场类户外广告投放前十的品牌
图表87：上海旅游类户外广告媒体选择（单位：%）
图表88：广州市户外广告行业管理规范
图表89：2013-2014年广州市户外广告投放额（单位：亿元）
图表90：广州机场类户外广告投放前五的行业占比（单位：%）
图表91：2013-2014年深圳市户外广告投放额（单位：亿元）
图表92：2015年3月深圳市户外广告投放前五位行业（单位：万元）
图表93：2015年3月深圳市户外广告投放前五位品牌（单位：万元）
图表94：深圳户外广告行业外地企业进入情况
图表95：2004-2014年武汉市户外广告投放额（单位：亿元）
图表96：2015年4月武汉市户外广告投放前五位产品（单位：万元）
图表97：2015年7月武汉市户外广告投放前五位品牌（单位：万元）
图表98：2013-2014年南京市户外广告投放额（单位：亿元）
图表99：2015年6月南京市户外广告投放前五位产品类别（单位：万元）
图表100：2013-2014年杭州市户外广告投放额（单位：亿元）
图表101：2015年6月杭州市户外广告投放前五位品牌类别（单位：万元）
图表102：2013-2014年成都市户外广告投放额（单位：亿元）
图表103：2015年5月成都市户外广告投放前五位产品类别（单位：万元）

图表104：2013-2014年长沙市户外广告投放额（单位：亿元）
图表105：2015年5月长沙市户外广告投放前五位产品类别（单位：万元）
图表106：长沙市道路户外广告阵位分布
图表107：重庆市户外广告行业管理规范
图表108：2013-2014年重庆市户外广告投放额（单位：亿元）
图表109：2015年4月重庆市户外广告投放前五位品牌（单位：万元）
图表110：分众传媒控股有限公司基本信息表
图表111：2010-2012年分众传媒控股有限公司利润表（单位：百万美元）
图表112：2010-2012年分众传媒控股有限公司资产负债表（单位：百万美元，%）
图表113：2010-2012年分众传媒控股有限公司主要指标项（单位：%）
图表114：分众传媒控股有限公司产品与服务
图表115：分众传媒控股有限公司业务覆盖范围
图表116：分众传媒控股有限公司优劣势分析
图表117：华视传媒集团有限公司基本信息表
图表118：华视传媒集团有限公司业务能力简况表
图表119：2010-2014年华视传媒集团有限公司利润表（单位：百万美元）
图表120：2010-2014年华视传媒集团有限公司资产负债表（单位：百万美元，%）

……略

如需了解报告详细内容，请直接致电前瞻客服中心。

全国免费服务热线：400-068-7188 0755-82925195 82925295 83586158

或发电子邮件：service@qianzhan.com

或登录网站：https://bg.qianzhan.com/

我们会竭诚为您服务！