

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) 扩张广告的印象空间
- (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!