

2013-2017年国外户外广告行业市场前瞻与投资机会分析报告

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) 形态特征
 - (2) 传播特征
- 1.1.4 户外广告发布流程
 - (1) 申请户外广告具备的条件
 - (2) 申请发布户外广告的程序
- 1.1.5 户外广告行业的地位及作用
 - (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) 户外广告行业的主要种群
 - (2) 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 行业管理规范
 - (1) 行业监管部门
 - (2) 行业法规政策
 - (3) 行业相关标准
- 1.3.2 经济环境分析
 - (1) 国际宏观经济环境分析
 - 1) 国际宏观经济现状
 - 2) 国际宏观经济预测
 - (2) 国内宏观经济环境分析
 - 1) 国内宏观经济现状
 - 2) 国内宏观经济预测
 - (3) 宏观环境对本行业影响
- 1.3.3 社会环境分析
 - (1) 文化环境分析
 - (2) 消费情况分析
 - (3) 城市环境分析

1.4 报告研究单位与研究方法

- 1.4.1 研究单位介绍
- 1.4.2 研究方法概述

第2章：国外户外广告行业发展分析

2.1 国际户外广告行业发展历程

- 2.2 国际户外广告行业整体状况
- 2.3 美国户外广告行业发展分析
 - 2.3.1 美国户外广告行业管理规范
 - 2.3.2 美国户外广告行业市场规模
 - 2.3.3 美国户外广告行业需求结构
 - 2.3.4 美国户外广告行业重点客户
- 2.4 欧洲户外广告行业发展分析
 - 2.4.1 欧洲户外广告行业规模分析
 - 2.4.2 欧洲户外广告发展形态分析
 - 2.4.3 欧洲户外广告发布内容分析
 - 2.4.4 欧洲户外广告行业前景预测
- 2.5 亚洲国家户外广告行业发展分析
 - 2.5.1 日本户外广告行业发展分析
 - 2.5.2 新加坡户外广告行业发展分析
 - 2.5.3 印度户外广告行业发展分析
- 2.6 国际户外广告行业发展前景分析
- 第3章：户外广告行业投资分析与前景预测
 - 3.1 户外广告行业投资分析
 - 3.1.1 户外广告行业投资特性分析
 - 3.1.2 户外广告行业投资现状分析
 - 3.1.3 户外广告行业投资风险分析
 - 3.1.4 户外广告行业投资机会分析
 - 3.2 户外广告行业前景预测
 - 3.2.1 户外广告行业发展趋势分析
 - 3.2.2 户外广告行业发展前景预测
 - 3.3 户外广告行业投资建议
 - 3.3.1 户外广告行业投资价值
 - 3.3.2 户外广告行业可投资方向
 - 3.3.3 户外广告行业投资方式建议

图表目录

- 图表1：我国户外广告行业中的主要种群
- 图表2：两个物种种群的相互作用类型
- 图表3：2012年美国制造业PMI分项指数概览（单位：%）
- 图表4：2007-2012年美国就业指数走势（单位：%）
- 图表5：2008-2012年欧元区PMI走势（单位：%）
- 图表6：2010-2012年欧元区核心国家PMI走势（单位：%）
- 图表7：1999-2012年欧元区基准利率走势（单位：%）
- 图表8：2006-2012年中国国内生产总值同比增长速度（单位：亿元，%）
- 图表9：2006-2012年中国全部工业增加值及其增速（单位：亿元，%）
- 图表10：2006-2012年全社会固定资产投资及其增速（单位：亿元，%）
- 图表11：2011-2012年中国制造业PMI走势图（单位：%）
- 图表12：2011-2012年中国非制造业商务活动指数走势图（单位：%）
- 图表13：2006-2012年中国城镇居民人均可支配收入（单位：元）
- 图表14：2006-2012年农村居民人均纯收入（单位：元）
- 图表15：2006-2012年社会消费品零售总额及增速（单位：万亿元，%）
- 图表16：美国前10大户外广告投放行业（按照投放额排名）
- 图表17：美国前20大户外广告投放品牌
- 图表18：2008-2012年全球各媒体广告支出及预测（单位：百万美元）
- 图表19：2008-2012年全球各媒体广告支出份额及预测（单位：%）
- 图表20：中国户外媒体市场风险资本投资一览（一）（单位：亿人民币，万美元，万人民币）
- 图表21：中国户外媒体市场风险资本投资一览（二）（单位：万美元）
- 图表22：中国户外媒体市场风险资本投资一览（三）（单位：亿人民币，万美元，万人民币）
- 图表23：中国户外媒体市场风险资本投资一览（四）（单位：万人民币，万美元，亿港元）
- 图表24：中国户外媒体市场风险资本投资概况比较（单位：百万美元，起）

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！