

2017-2022年中国高速公路 广告市场深度调查与战略咨询报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2017-2022年中国高速公路广告市场深度调查与战略咨询报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.abaogao.com/b/chuanmei/2241281QBN.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、说明、目录、图表目录

广告是为了某种特定的需要，通过一定形式的媒体，公开而广泛地向公众传递信息的宣传手段。广告有广义和狭义之分，广义广告包括非经济广告和经济广告。非经济广告指不以盈利为目的的广告，又称效应广告，如政府行政部门、社会事业单位乃至个人的各种公告、启事、声明等，主要目的是推广；狭义广告仅指经济广告，又称商业广告，是指以盈利为目的的广告，通常是商品生产者、经营者和消费者之间沟通信息的重要手段，或企业占领市场、推销产品、提供劳务的重要形式，主要目的是扩大经济效益。

90年代以来，中国广告行业伴随着国民经济的发展取得了快速的增长。年均增速达到30.8%，已成为中国增长最快的行业之一，2003年我国广告行业市场规模为1079亿元，2014年已增长至5605亿元。但是自2012年之后我国广告行业发展出现放缓的迹象，2013年增速下滑到8.94%，2014年增速达到了11.67%。此外当前我国广告市场规模占GDP的比重与美国、日本等发达国家相比依然较低，未来随着市场的发展广告市场占比将持续提升，广告行业仍有较大的上行空间。

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国高速公路广告市场深度调查与战略咨询报告》共十六章。首先介绍了中国高速公路广告行业市场发展环境、中国高速公路广告整体运行态势等，接着分析了中国高速公路广告行业市场运行的现状，然后介绍了中国高速公路广告市场竞争格局。随后，报告对中国高速公路广告做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国高速公路广告行业发展趋势与投资预测。您若想对高速公路广告产业有个系统的了解或者想投资高速公路广告行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第一部分 高速公路广告行业发展现状

第一章 全球高速公路广告行业发展分析

第一节 国际广告行业发展状况

一、2013-2015年全球广告经营状况

- 1、全球商业广告行业规模增速放缓
- 2、移动广告带动全球广告支出增长
- 二、2015年世界广告业基本特点
 - 1、行业呈现多寡头垄断的竞争格局
 - 2、拉丁美洲和亚太地区成为广告市场增长最快的地区
 - 3、互联网成为增长最快的广告媒体
- 三、全球广告市场调研
 - 1、全球广告市场格局分析
 - 2、2015年戛纳广告节的开展情况
 - 3、2015年全球广告支出情况分析
 - 4、2015年全球互联网广告开支额
 - 5、2013-2015年中国对全球广告市场的贡献

第二节 世界高速公路广告行业市场情况

- 一、2015年世界高速公路广告产业发展现状
- 二、2015年国际高速公路广告产业发展趋势
- 三、2015年各个国家高速公路广告特点

第三节 部分国家地区高速公路广告行业发展状况

- 一、2013-2015年美国高速公路广告行业发展分析
- 二、2013-2015年欧洲高速公路广告行业发展分析
- 三、2013-2015年日本高速公路广告行业发展分析

第二章 我国高速公路广告行业发展现状

第一节 中国高速公路广告行业发展概述

- 一、中国高速公路广告发展历程
- 二、中国高速公路广告的形式
- 三、中国的高速公路广告产业的特点

第二节 我国高速公路广告行业发展状况

- 一、2015年我国高速公路广告发展过程中存在的问题
 - 1、违法广告泛滥
 - 2、相关法制法规的滞后
 - 3、广告内容违法
 - 4、高速公路广告行业集中度高

5、高速公路广告策划达到较高的专业水准

6、高速公路广告更加重视创意

二、高速公路广告如何面临挑战

1、总体概述

2、完善法律法规、维护执法的严肃性

3、改变观念整合资源

4、广告人才的整体素质有待提高

5、广告公司服务水准偏低

三、高速公路广告总结

第三章 中国高速公路广告受众及投放分析

第一节 高速公路广告的投放建议及特点

一、高速公路广告投放建议

1、高速公路广告画面设计

2、认清高速公路广告的作用

3、高速公路广告投放位置、及费用

二、制约高速公路广告发展的制约因素

三、高速公路广告营销趋势

1、品牌营销趋势

2、价值营销趋势

3、服务营销趋势

4、知识营销趋势

第二节 高速公路广告受众分析

一、受众接触高速公路广告的黄金时间

二、受众最感兴趣的广告形式

三、户外广告投放地段选择。

第三节 影响高速公路广告投放的要素分析

一、影响高速公路广告投放宏观因素分析

1、2015年中国GDP总量

2、农业生产再获丰收

3、工业生产增势平稳

4、固定资产投资较快增长

- 5、市场销售平稳增长
 - 6、进出口增长有所回升
 - 7、居民消费价格基本稳定
 - 8、居民收入继续增加
 - 9、货币信贷平稳增长
 - 10、人口就业总体平稳
 - 11、2016年中国宏观经济趋势预测分析
- 二、媒体组合能提高高速公路广告可信度
 - 三、消费热点决定记忆程度
 - 四、户外广告受众的生存形态及户外广告打仗风俗
 - 1、受众一样平常生存的三分之一是在户外度过
 - 2、公交车是受众首选交通东西
 - 3、从打仗频度看，户外广告已成为第三大广告媒体
 - 4、户外媒体的黄金时间是周末和上下班时间
 - 5、商业区仍是黄金地段，交通媒体潜力大
 - 6、车身广告是受众打仗最多的广告范例

第四章 高速公路广告主要形式发展分析

第一节 民墙广告

- 一、民墙广告的介绍
- 二、民墙广告的优势
- 三、民墙广告分布形式
- 四、民墙广告发布步骤
- 五、民墙广告发布应注意的问题
- 六、民墙广告发展历程
- 七、2013-2015年民墙广告发展分析

第二节 路牌广告

- 一、路牌广告的介绍
- 二、种类
- 三、路牌广告的优势
- 四、路牌广告存在的问题
 - 1、影响市容

2、浪费能源

四、2013-2015年路牌广告发展分析

第三节 霓虹灯广告

一、霓虹灯广告的介绍

二、霓虹灯广告的优势

四、霓虹灯广告的缺点

五、霓虹灯广告牌质量状况分析

六、2013-2015年霓虹灯广告发展分析

第四节 灯箱广告发展分析

一、灯箱广告的介绍

二、灯箱广告的特点

1、画面大

2、远视强

3、内容广

4、兼具性

5、固定性

三、灯箱广告的构成

四、灯箱广告的设计特点

1、独特性

2、提示性

3、简洁性

4、计划性

五、灯箱广告的优势

六、2013-2015年灯箱广告发展分析

第五章 中国高速公路广告行业区域市场调研

第一节 2015年中国高速公路广告行业分析

一、2012-2015年行业发展现状分析

1、行业特点

2、高速公路广告的提出

3、市场现状及发展情况

二、2017-2022年市场规模预测

- 三、2012-2015年市场需求情况分析
- 四、2017-2022年市场需求规模预测
- 五、2017-2022年行业投资前景预测
- 六、2012-2015年高速公路广告投放总额分析
- 七、2017-2022年高速公路广告投放总额预测
- 第二节 2015年华北地区高速公路广告行业分析
 - 一、2012-2015年市场规模情况分析
 - 二、2017-2022年市场规模预测
 - 三、2012-2015年市场需求情况分析
 - 四、2012-2015年高速公路广告投放总额分析
 - 五、2017-2022年高速公路广告投放总额预测
- 第三节 2015年东北地区高速公路广告行业分析
 - 一、2012-2015年市场规模情况分析
 - 二、2017-2022年市场规模预测
 - 三、2012-2015年市场需求情况分析
 - 四、2012-2015年高速公路广告投放总额分析
 - 五、2017-2022年高速公路广告投放总额预测
- 第四节 2015年华东地区高速公路广告行业分析
 - 一、2012-2015年市场规模情况分析
 - 二、2017-2022年市场规模预测
 - 三、2012-2015年市场需求情况分析
 - 四、2012-2015年高速公路广告投放总额分析
 - 五、2017-2022年高速公路广告投放总额预测
- 第五节 2015年华南地区高速公路广告行业分析
 - 一、2012-2015年市场规模情况分析
 - 二、2017-2022年市场规模预测
 - 三、2012-2015年市场需求情况分析
 - 四、2012-2015年高速公路广告投放总额分析
 - 五、2017-2022年高速公路广告投放总额预测
- 第六节 2015年华中地区高速公路广告行业分析
 - 一、2012-2015年市场规模情况分析
 - 二、2017-2022年市场规模预测

- 三、2012-2015年市场需求情况分析
- 四、2012-2015年高速公路广告投放总额分析
- 五、2017-2022年高速公路广告投放总额预测
- 第七节 2015年西南地区高速公路广告行业分析
 - 一、2012-2015年市场规模情况分析
 - 二、2017-2022年市场规模预测
 - 三、2012-2015年市场需求情况分析
 - 四、2012-2015年高速公路广告投放总额分析
 - 五、2017-2022年高速公路广告投放总额预测
- 第八节 2015年西北地区高速公路广告行业分析
 - 一、2012-2015年市场规模情况分析
 - 二、2017-2022年市场规模预测
 - 三、2012-2015年市场需求情况分析
 - 四、2012-2015年高速公路广告投放总额分析
 - 五、2017-2022年高速公路广告投放总额预测

第六章 高速公路广告行业投资与趋势预测分析

第一节 2015年高速公路广告行业投资情况分析

- 一、2015年总体投资结构与规模
- 二、2015年投资增速情况
- 三、2015年分行业投资分析

第二节 高速公路广告行业投资机会分析

- 一、高速公路广告投资项目分析
 - 1、项目概况
 - 2、户外广告项目背景
 - 3、户外广告项目可行性研究报告编制的范围和依据
 - 4、户外广告项目拟建地点和选址条件
- 二、可以投资的高速公路广告模式
- 三、2016年高速公路广告投资机会

第二部分 高速公路广告行业竞争格局

第七章 高速公路广告行业竞争格局分析

第一节 高速公路广告行业集中度分析

一、高速公路广告市场集中度分析

二、高速公路广告企业集中度分析

第二节 高速公路广告行业竞争格局分析

一、2015年高速公路广告行业竞争分析

二、2013-2015年国内外高速公路广告竞争发展分析

第八章 高速公路广告行业竞争分析

第一节 2015年中国广告行业竞争格局分析

一、四大传统媒体占据广告市场半壁江山

二、快消品行业广告增幅显著

三、外资广告公司增速迅猛

四、区域格局地区特点鲜明

第二节 2015年中国广告行业竞争行为分析

一、收购合并频繁，楼宇广告竞争激烈

二、网络广告公司各有竞争妙招

三、新旧媒体在竞争中融合

第三节 2013-2015年中国广告行业竞争分析及预测

一、2015年广告市场竞争情况分析

二、2015年广告市场竞争形势分析

三、2013-2015年集中度分析及预测

四、2013-2015年SWOT分析及预测

五、2013-2015年进入退出状况分析及预测

六、2013-2015年生命周期分析及预测

第九章 中国高速公路广告行业整体运行指标分析

第一节 2015年中国高速公路广告行业总体规模分析

一、企业数量分析

二、2012-2015年市场规模情况分析

第二节 2015年年中国高速公路广告行业财务指标总体分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第十章 高速公路广告企业竞争策略分析

第一节 广告市场竞争策略分析

一、2015年广告市场增长潜力分析

二、2015年广告主要潜力项目分析

三、现有广告竞争策略分析

四、广告潜力项目竞争策略选择

五、典型企业项目竞争策略分析

第二节 广告企业竞争策略分析

一、金融危机对广告行业竞争格局的影响

二、金融危机后广告行业竞争格局的变化

三、2017-2022年我国广告市场竞争趋势

四、2017-2022年广告行业竞争格局展望

五、2017-2022年广告行业竞争策略分析

六、2017-2022年广告企业竞争策略分析

第三部分 高速公路广告市场趋势调查

第十一章 高速公路广告行业发展趋势预测

第一节 广告行业前景分析

一、未来广告的发展趋势展望

二、中国广告投资前景调研预测广阔

三、2016年我国广告产业发展趋势

四、2016年中国广告市场发展预测

五、2017-2022年广告发展方向探讨

六、2017-2022年广告市场规模预测

第二节 2017-2022年广告市场趋势分析

一、2013-2015年广告市场趋势总结

二、2017-2022年广告发展趋势分析

三、2017-2022年广告市场发展空间

四、2017-2022年广告产业政策趋向

五、2017-2022年广告价格走势分析

第三节 2017-2022年广告市场预测

- 一、2017-2022年广告市场结构预测
- 二、2017-2022年广告市场需求前景
- 三、2017-2022年广告市场价格预测
- 四、2017-2022年广告行业集中度预测

第十二章 高速公路广告重点企业发展分析

第一节 分众传媒控股有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2013-2015年经营状况
- 四、2017-2022年投资前景

第二节 华视传媒集团有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2013-2015年经营状况
- 四、2017-2022年投资前景

第三节 永达高速公路传媒

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2013-2015年经营状况
- 四、2017-2022年投资前景

第四节 北京高速之鹰广告发展有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2013-2015年经营状况
- 四、2017-2022年投资前景

第五节 深圳市高速公路广告公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2013-2015年经营状况

四、2017-2022年投资前景

第六节 北京巴士传媒股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2013-2015年经营状况

四、2017-2022年投资前景

第七节 百灵时代广告有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2013-2015年经营状况

四、2017-2022年投资前景

第八节 巴士在线传媒有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2013-2015年经营状况

四、2017-2022年投资前景

第九节 航美传媒集团

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2013-2015年经营状况

四、2017-2022年投资前景

第十节 海南白马广告媒体投资有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2013-2015年经营状况

四、2017-2022年投资前景

第十三章 高速公路广告行业投资前景研究分析

第一节 行业发展特征

一、行业的周期性

二、行业的区域性

三、行业的上下游

四、行业经营模式

第二节 行业投资形势分析

一、行业发展格局

二、行业进入壁垒

三、行业SWOT分析

四、行业五力模型分析

1、现有企业间竞争

2、潜在进入者分析

3、替代威胁分析

4、供应商议价能力

5、客户议价能力

第三节 高速公路广告行业投资效益分析

一、2015年高速公路广告行业投资状况分析

二、2015年高速公路广告行业投资效益分析

三、2017-2022年高速公路广告行业投资方向

四、2017-2022年高速公路广告行业投资建议

第四节 高速公路广告行业投资前景研究

一、2015年高速公路广告行业投资前景研究

二、2016年高速公路广告行业投资前景研究

三、2017-2022年广告行业投资规划建议

四、2017-2022年细分行业投资规划建议

第十四章 高速公路广告行业投资前景预警

第一节 影响高速公路广告行业发展的主要因素

二、2017-2022年影响广告行业运行的稳定因素分析

三、2017-2022年影响广告行业运行的不利因素分析

四、2017-2022年我国广告行业发展面临的挑战分析

五、2017-2022年我国广告行业发展面临的机遇分析

第二节 高速公路广告行业投资前景预警

一、2017-2022年高速公路广告行业市场风险预测

二、2017-2022年高速公路广告行业政策风险预测

三、2017-2022年高速公路广告行业经营风险预测

- 四、2017-2022年高速公路广告行业技术风险预测
- 五、2017-2022年高速公路广告行业竞争风险预测
- 六、2017-2022年高速公路广告行业其他风险预测

第十五章 高速公路广告行业发展趋势分析

第一节 高速公路广告盈利模式

- 一、总体分析
- 二、深化产品开发、获取增值支点
- 三、创造性经营启动高速媒体的财富通道

第二节 2017-2022年高速公路广告行业规划建议

- 一、高速公路广告行业“十三五”整体规划
- 二、2017-2022年高速公路广告行业规划建议

第十六章 企业管理策略建议（ZYYF）

第一节 市场策略分析

- 一、高速公路广告价格策略分析
- 二、高速公路广告渠道策略分析

第二节 销售策略分析

- 一、媒介选择策略分析
- 二、产品定位策略分析
- 三、企业宣传策略分析

第三节 提高高速公路广告企业竞争力的策略

- 一、提高中国高速公路广告企业核心竞争力的对策
- 二、高速公路广告企业提升竞争力的主要方向
- 三、影响高速公路广告企业核心竞争力的因素及提升途径
- 四、提高高速公路广告企业竞争力的策略

第四节 对我国高速公路广告品牌的战略思考

- 一、高速公路广告实施品牌战略的意义
- 二、高速公路广告企业品牌的现状分析
- 三、我国高速公路广告企业的品牌战略
- 四、高速公路广告品牌战略管理的策略

图表目录：

图表 2015年世界各国高速公路里程排名

图表 2013-2015年国内生产总值累计同比增长速度

图表 2013-2015年规模以上工业增加值月度同比增长

图表 2013-2015年固定资产投资（不含农户）累计同比增速

图表 2013-2015年城镇居民人均可支配收入累计同比实际增长速度

图表 2013-2015年农村居民人均收入累计同比实际增长速度

图表 2013-2015年房地产开发投资累计同比增速

图表 2013-2015年社会消费品零售总额月度同比名义增速

图表 2013-2015年居民消费价格月度同比上涨情况

图表 2013-2015年工业生产者出厂价格月度同比涨跌情况

图表 2013-2015年人口及其自然增长率变化情况

图表 2017-2022年高速公路广告市场规模

图表 2017-2022年高速公路广告市场规模柱状图

图表 2012-2015年高速公路广告需求规模

图表 2012-2015年高速公路广告需求规模柱状图

图表 2017-2022年高速公路广告市场需求规模

图表 2017-2022年高速公路广告市场需求规模柱状图

图表 2012-2015年高速公路广告投放总额

图表 2012-2015年高速公路广告投放总额柱状图

图表 2017-2022年高速公路广告投放总额

图表 2017-2022年高速公路广告投放总额柱状图

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/chuanmei/2241281QBN.html>