

# 2014-2019年中国公交车身 广告市场深度研究与投资前景调研报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

[www.abaogao.com](http://www.abaogao.com)

## 一、报告报价

《2014-2019年中国公交车身广告市场深度研究与投资前景调研报告》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/224128A6QN.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

### 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 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：中国户外广告行业发展分析

### 2.1 中国户外广告行业发展历程分析

#### 2.1.1 中国户外广告行业发展历程

- (1) 恢复发展期
- (2) 改革发展期
- (3) 膨胀发展期
- (4) 平稳发展期
- (5) 迅速发展期

#### 2.1.2 中国户外广告行业发展现状

- (1) 行业集中度明显增加
- (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
- 2.2 中国户外广告行业市场分析
  - 2.2.1 户外广告行业市场规模分析
  - 2.2.2 户外广告投放品牌分析
  - 2.2.3 户外广告投放行业分析
  - 2.2.4 户外媒体价格变化分析
  - 2.2.5 户外广告行业利润分析
- 2.3 中国户外广告行业竞争分析
  - 2.3.1 户外广告行业竞争状况分析
    - (1) 户外广告行业竞争现状分析
    - (2) 户外广告行业竞争格局分析
    - (3) 户外广告行业潜在威胁分析
  - 2.3.2 户外广告行业投资兼并与重组分析
    - (1) 户外广告行业投资兼并与重组整合概况
    - (2) 外资户外广告企业投资兼并与重组整合分析
    - (3) 国内户外广告企业投资兼并与重组整合分析
- 2.4 中国户外广告行业发展挑战与机遇
  - 2.4.1 户外广告行业发展的挑战
  - 2.4.2 户外广告行业发展的机遇

### 第3章：公交车身广告市场分析

- 3.1 公交车身广告定义及特点
  - 3.1.1 公交车身广告定义
  - 3.1.2 公交车身广告特点
  - 3.1.3 公交车身广告优势
- 3.2 公交车身广告市场现状分析
  - 3.2.1 公交车身广告市场规模
  - 3.2.2 公交车身广告市场竞争情况
  - 3.2.3 公交车身广告区域市场情况
- 3.3 公交车身广告投放情况分析

- 3.3.1 公交车身广告投放行业分析
- 3.3.2 公交车身广告投放品牌分析
- 3.4 公交车身广告投放效果分析
  - 3.4.1 公交车身广告投放效果影响因素
  - 3.4.2 公交车身广告投放效果评测分析
  - 3.4.3 公交车身广告投放效果预测

## 第4章：户外广告行业投资分析与前景预测

- 4.1 户外广告行业投资分析
  - 4.1.1 户外广告行业投资特性分析
  - 4.1.2 户外广告行业投资现状分析
  - 4.1.3 户外广告行业投资风险分析
  - 4.1.4 户外广告行业投资机会分析
- 4.2 户外广告行业前景预测
  - 4.2.1 户外广告行业发展趋势分析
  - 4.2.2 户外广告行业发展前景预测
- 4.3 户外广告行业投资建议
  - 4.3.1 户外广告行业投资价值
  - 4.3.2 户外广告行业可投资方向
  - 4.3.3 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3：2013年美国制造业PMI分项指数概览（单位：%）

图表4：2007-2013年美国就业指数走势（单位：%）

图表5：2008-2013年欧元区PMI走势（单位：%）

图表6：2010-2013年欧元区核心国家PMI走势（单位：%）

图表7：1999-2013年欧元区基准利率走势（单位：%）

图表8：2006-2013年中国国内生产总值同比增长速度（单位：亿元，%）

图表9：2006-2013年中国全部工业增加值及其增速（单位：亿元，%）

图表10：2006-2013年全社会固定资产投资及其增速（单位：亿元，%）

图表11：2011-2013年中国制造业PMI走势图（单位：%）

图表12：2011-2013年中国非制造业商务活动指数走势图（单位：%）

图表13：2006-2013年中国城镇居民人均可支配收入（单位：元）

图表14：2006-2013年农村居民人均纯收入（单位：元）

图表15：2006-2013年社会消费品零售总额及增速（单位：万亿元，%）

图表16：2007-2013年我国户外广告投放额（单位：亿元）

图表17：户外广告投放额前二十的企业（单位：百万元，%）

图表18：户外广告各行业投放情况（单位：亿元）

图表19：各类型广告公司盈利能力

图表20：中国公交车身广告一级市场投放情况（单位：百万元，%）

图表21：中国公交车身广告二级市场投放情况（单位：百万元，%）

图表22：中国公交车身广告三级市场投放情况（单位：百万元，%）

图表23：中国公交车身广告投放行业情况（单位：%）

图表24：中国公交车身广告投放十大品牌情况（单位：百万元）

图表25：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26：中国户外媒体市场风险资本投资一览（二）（单位：万美元）

图表27：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28：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，亿港币）

图表29：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）

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/chuanmei/224128A6QN.html>