

# 2014-2020年中国户外电子 屏广告市场深度研究与产业竞争现状报告

## 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

《2014-2020年中国户外电子屏广告市场深度研究与产业竞争现状报告》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/R438027ID0.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

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

### 报告目录

#### 第一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

## 第二章 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

## 第三章 户外电子屏广告市场分析

### 3.1 户外电子屏广告市场定义及分类

#### 3.1.1 户外电子屏广告市场定义

#### 3.1.2 户外电子屏广告市场分类

### 3.2 户外电子屏广告市场现状分析

#### 3.2.1 户外电子屏广告市场整体规模

#### 3.2.2 户外电子屏广告市场竞争格局

#### 3.2.3 户外电子屏广告主规模

### 3.3 户外电子屏广告细分领域分析

- 3.3.1 户外电子屏广告细分领域规模
- 3.3.2 公交地铁电子屏广告市场分析
- 3.3.3 商业楼宇电子屏广告市场分析
- 3.3.4 航空电子屏广告市场分析
- 3.4 户外电子屏广告市场发展趋势
- 3.4.1 户外电子屏广告促进因素分析
- (1) 户外电子屏广告市场规模预测

#### 第四章 2014-2020年中国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 2007-2014年一季度美国就业指数走势（单位：%）

图表5 2008-2014年一季度欧元区PMI走势（单位：%）

图表6 2010-2014年一季度欧元区核心国家PMI走势（单位：%）

图表7 1999-2014年一季度欧元区基准利率走势（单位：%）

图表8 2006-2014年一季度中国国内生产总值同比增长速度（单位：亿元，%）

图表9 2006-2014年一季度中国全部工业增加值及其增速（单位:亿元，%）  
图表10 2006-2014年一季度全社会固定资产投资及其增速（单位:亿元，%）  
图表11 2011-2014年一季度中国制造业PMI走势图（单位:%）  
图表12 2011-2014年一季度中国非制造业商务活动指数走势图（单位:%）  
图表13 2006-2014年一季度中国城镇居民人均可支配收入（单位:元）  
图表14 2006-2014年一季度农村居民人均纯收入（单位:元）  
图表15 2006-2014年一季度社会消费品零售总额及增速（单位:万亿元，%）  
图表16 2007-2014年一季度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 中国户外电子屏广告市场主要覆盖领域  
图表21 2006-2014年一季度中国户外电子屏广告市场整体规模（单位:亿元，%）  
图表22 2013年中国户外电子屏广告收入市场份额（单位:%）  
图表23 中国户外电子屏广告市场广告主规模（单位:个）  
图表24 2013年中国户外电子屏广告细分市场规模（单位:亿元）  
图表25 2013年中国户外电子屏广告细分市场规模占比（单位:%）  
图表26 2009-2014年一季度中国公交地铁电子屏广告市场规模（单位:亿元）  
图表27 中国公交地铁电子屏厂商收入规模竞争格局（单位:%）  
图表28 2009-2014年一季度中国商业楼宇电子屏广告市场规模（单位:亿元）  
图表29 中国商业楼宇电子屏厂商收入规模竞争格局（单位:%）  
图表30 2009-2014年一季度中国航空电子屏广告市场规模（单位:亿元）  
图表31 中国航空电子屏厂商收入规模（单位:%）  
图表32 2007-2014年一季度中国户外电子屏广告市场规模及预测（单位:亿元，%）  
图表33 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34 中国户外媒体市场风险资本投资一览（二）（单位:万美元）  
图表35 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36 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37 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）  
略。。。。。。。

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/chuanmei/R438027ID0.html>