

# 2011-2015年中国车身广告行业市场调研及发展趋势研究报告

报告大纲

观研报告网

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

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2011-2015年中国车身广告行业市场调研及发展趋势研究报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/guanggaochuanmei/120255120255.html>

报告价格：电子版: 6800元 纸介版：7000元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

随着经济社会的不断发展，城市出现了大量的车体流动性广告。在平日里穿梭于市区各街道的各种车辆上，除车体本身底色和各式标志外，无论是公交车、出租车、箱式货车，还是私人轿车甚至三轮车，其车体颜色、形象标志越来越多，在这些五颜六色的车体上，名目繁多、创意各异的广告也让人目不暇接。这些宣传广告图案抢眼，字体或大或小、或简或繁，在车体的位置或高或低、或前或后、或车头或车尾，效果颜色也或深或浅、或浓或艳，尤其当通过交叉路口遇到红灯时，数十甚至上百辆各型车辆排成长龙时，从侧面看，不仅颜色繁杂、内容千姿百态，其字体、图案大小更是应有尽有。流动车体广告对于传播品牌和产品具有很好的作用。行人在看到一两次后可能对他们的品牌还留不下很深的印象，但由于投入的时间较长，行人能经常看到车体广告，必然加深消费者的识别率、认知率。

中国报告网发布的《2011-2015年中国车身广告行业市场调研及发展趋势研究报告》共十二章。首先介绍了中国车身广告行业市场发展环境、中国车身广告整体运行态势等，接着分析了中国车身广告行业市场运行的现状，然后介绍了中国车身广告市场竞争格局。随后，报告对中国车身广告做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国车身广告行业发展趋势与投资预测。您若想对车身广告产业有个系统的了解或者想投资车身广告行业，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。

### 第一章 全球户外广告行业发展现状分析

#### 第一节 全球广告市场动态分析

##### 一、全球广告市场格局分析

##### 二、2009-2010年全球广告市场分析

##### 三、全球广告预算情况

#### 第二节 世界户外广告行业市场情况分析

##### 一、国外户外广告发展现状与趋势

##### 二、全球户外广告并购交易情况

##### 三、国外户外广告管理经验介绍

#### 第三节 主要国家地区户外广告行业发展状况

##### 一、美国户外广告行业发展分析

##### 二、欧洲户外广告行业发展分析

##### 三、日本户外广告行业发展分析

##### 四、印度户外广告行业发展分析

## 第二章 世界五大广告集团市场运营动态分析

### 第一节 Omnicom集团

- 一、集团基本概况
- 二、集团及下属公司经营状况分析
- 三、集团发展战略分析
- 四、未来集团发展规划分析

### 第二节 WPP集团

- 一、集团基本概况
- 二、集团及下属公司经营状况分析
- 三、集团发展战略分析
- 四、未来集团发展规划分析

### 第三节 Interpublic Group

- 一、集团基本概况
- 二、集团及下属公司经营状况分析
- 三、集团发展战略分析
- 四、未来集团发展规划分析

### 第四节 阳狮集团

- 一、集团基本概况
- 二、集团及下属公司经营状况分析
- 三、集团发展战略分析
- 四、未来集团发展规划分析

### 第五节 日本电通集团

- 一、集团基本概况
- 二、集团及下属公司经营状况分析
- 三、集团发展战略分析
- 四、未来集团发展规划分析

## 第三章 世界车身广告市场发展运势分析

### 第一节 世界车身广告产业发展走势

- 一、车身广告的特点及制作流程和注意事项
- 二、公交车身广告十个自身优势分析
- 三、世界传媒巨鳄抢“食”公交广告

### 第二节 世界主要国家车身广告产业分析

- 一、美国:车身广告实现“双赢”
- 二、英国车身广告分析
- 三、日本的公交车车身广告分析

### 第三节 2011-2015年世界车身广告产业发展趋势分析

## 第四章 中国车身广告产业运行环境分析

### 第一节 国内车身广告经济环境分析

#### 一、GDP历史变动轨迹分析

#### 二、固定资产投资历史变动轨迹分析

#### 三、2011年中国车身广告经济发展预测分析

### 第二节 中国车身广告行业政策环境分析

## 第五章 中国户外广告行业运行动态分析

### 第一节 中国户外广告行业概况

#### 一、户外广告的特点

#### 二、户外广告的优势分析

#### 三、户外广告的影响及作用

### 第二节 中国户外广告行业发展概述

#### 一、中国户外广告发展历程

#### 二、中国户外广告的产品类别

#### 三、中国的户外广告产业的整合分析

#### 四、跨行业合作形势下户外广告的优势

### 第三节 中国户外广告产业发展存在问题分析

## 第六章 中国车身广告市场调研统计分析

### 第一节 中国车身广告市场调研分析

#### 一、公交车是受众首选交通工具

#### 二、车身广告是受众接触最多的广告类型

#### 三、效果分析

### 第二节 外资对中国车身广告市场影响分析

#### 一、“与狼共舞”，业绩出现负增长

#### 二、外资公司在大城市公交广告市场“攻城掠地”

#### 三、本土公交广告公司亟待转型

## 第六章 中国户外广告受众及投放分析

### 第一节 户外广告的投放原因及特点

#### 一、户外广告已成为第三大广告媒体

#### 二、户外广告是具有高接受度的广告形式

#### 三、户外广告的喜好度存在着地区的差异性

#### 四、管理维护是制约户外广告发展的瓶颈

#### 五、户外广告仍需要提高规划水平

### 第二节 中国户外广告受众分析

- 一、受众在户外度过的时间分析
- 二、受众交通工具的选择
- 三、受众接触户外媒体的黄金时间
- 四、受众接触户外媒体的黄金地段
- 五、车身广告是受众接触最多的广告类型

### 第三节 影响户外广告投放的要素分析

- 一、创意是吸引受众的最重要的要素
- 二、媒体组合能提高户外广告可信度
- 三、消费热点决定消费者记忆程度
- 四、户外广告有很好的传播效果

## 第七章 中国户外广告投放及广告主分析

### 第一节 户外广告投放效果的影响因素

- 一、广告环境
- 二、广告创意
- 三、广告投放时机

### 第二节 体现广告价值的重要指标

- 一、发行量
- 二、阅读率和传阅率
- 三、读者特征
- 四、读者消费形态和生活形态
- 五、读者交叉重叠和千人成本

### 第三节 户外广告的投放

- 一、确定战略目标
- 二、选择户外媒体的因素
- 三、准确定位目标市场
- 四、确定理想发布数量
- 五、预测发布效果
- 六、监测投放效果

### 第四节 广告主媒体投放新趋势分析

- 一、经济形势好转带动投放热情
- 二、媒体选择更加注重投放效益
- 三、营销传播手段向终端和公关倾斜
- 四、媒体组合策略强调精准化
- 五、行业广告投放与消费格局紧密联动
- 六、生活必需品行业投放平稳上升

七、高生活品质行业投放在低段位小幅爬升

八、广告投放更需敏锐且理性

第八章 中国车身广告市场竞争格局分析

第一节 中国车身广告市场竞争激烈分析

一、车身广告竞争力分析

二、车身广告设计工艺竞争分析

三、车身广告成本竞争分析

第二节 中国车身广告重点城市竞争分析

一、北京

二、厦门

三、深圳

第三节 中国广告公司提升竞争力策略分析

第九章 中国优势广告公司财务状况及竞争力分析

第一节 清晰频道户外广告公司

一、企业概况

二、清晰频道经营策略

三、2009-2010年经营状况分析

第二节 德高集团

一、企业概况

二、业界领先地位

三、2009-2010年中国市场发展

第三节 TOM集团有限公司

一、企业概况

二、公司竞争优势

三、2009-2010年经营状况

第四节 白马户外媒体有限公司

一、企业概况

二、主要产品

三、2009-2010年经营状况

第五节 大贺传媒股份有限公司

一、企业概况

二、发展状况

三、2009-2010年发展及策略

第六节 华视传媒集团有限公司

一、企业概况

二、2009-2010年经营状况

三、2009-2010年扩张情况

#### 第七节 北京巴士传媒股份有限公司

一、公司基本情况概述

二、2008-2010年公司成长性分析

三、2008-2010年公司财务能力分析

四、2008-2010年公司偿债能力分析

五、2008-2010年公司现金流量分析表

六、2008-2010年公司经营能力分析

七、2008-2010年公司盈利能力分析

#### 第八节 成都博瑞传播股份有限公司

一、公司基本情况概述

二、2008-2010年公司成长性分析

三、2008-2010年公司财务能力分析

四、2008-2010年公司偿债能力分析

五、2008-2010年公司现金流量分析表

六、2008-2010年公司经营能力分析

七、2008-2010年公司盈利能力分析

#### 第十章 中国广告行业发展动态分析

##### 第一节 中国广告市场发展分析

一、内地广告市场规模分析

二、中国广告市场价值分析

三、中国广告市场的投放额

四、广告市场面临的挑战

##### 第二节 中国广告市场规范情况分析

一、中国查处广告违法案件情况

二、广告行业结盟维护创意版权

三、中国广告行业新的自律规则

##### 第三节 中国广告业存在的主要问题探讨

#### 第十一章 2011-2015年中国车身广告市场发展前景分析

##### 第一节 2011-2015年中国户外广告发展趋势预测分析

一、通路终端的户外媒体呈现整合趋势

二、广播以车载媒体及卖场背景声音的形式演变成半户外媒体

三、移动、视频、数字、动态等应用新材料新技术的户外媒体成为新趋势

四、中国户外调研开始启动并走向深入模型化阶段



五、户外的相关法律法规逐步完善

六、大城市户外媒体价格持续走强

第二节 2011-2015年中国车身广告市场趋势前景分析

一、公交广告发展迅猛，未来增值空间巨大

二、车身广告设计流行趋势分析

三、车身广告竞争格局预测分析

第三节 2011-2015年中国车身广告市场盈利预测分析

第十二章 2011-2015年中国车身广告市场投资规划分析

第一节 2011-2015年中国车身广告业投资环境分析

第二节 2011-2015年中国车身广告业投资机会分析

一、后奥运时代广告公司的投资机会分析

二、车身广告业投资空间大分析

第三节 2011-2015年中国车身广告业投资风险分析

一、市场风险分析

二、法律法规管制分析

三、竞争风险分析

图表目录（部分）：

图表：2005-2011年国内生产总值

图表：2005-2011年居民消费价格涨跌幅度

图表：2011年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2005-2011年国家外汇储备

图表：2005-2011年财政收入

图表：2005-2011年全社会固定资产投资

图表：2011年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2011年固定资产投资新增主要生产能力

图表：.....

更多图表详见正文.....

中国报告网发布的《2011-2015年中国车身广告行业市场调研及发展趋势研究报告》共十二章。内容严谨、数据翔实，更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/guanggaochuanmei/120255120255.html>