

2011-2015年户外广告产业深度调研与投资前景分析报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2011-2015年户外广告产业深度调研与投资前景分析报告》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/114019114019.html>

报告价格：电子版: 6800元 纸介版：7000元 电子和纸介版: 7200

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

目录

第一部分 行业发展现状 1

第一章 户外广告行业发展概述 1

第一节 广告简介 1

一、广告的概念 1

二、广告的本质特点和要素 1

三、广告的分类和主要形式 2

四、广告媒体简介 5

第二节 户外广告 6

一、户外广告的概念 6

二、户外广告的划分 6

三、户外广告的主要功能 6

四、户外广告媒体 7

五、户外广告的美学特征 8

第三节 户外广告制作 9

一、户外广告制作的设备及工艺 9

二、户外广告牌面的照明工程设计步骤 10

三、户外广告制作的规范化 12

四、户外广告画面制作技巧及注意事项 12

第二章 国外广告行业发展分析 15

第一节 世界广告行业发展概况 15

一、2010-2011年全球广告经营状况 15

二、2010年世界广告业排名状况分析 16

三、2011年1季度世界广告业发展状况 16

第二节 2010年世界广告业发展状况分析 17

一、2010年世界广告业发展规模分析 17

二、2010年世界广告业发展特点分析 18

三、2010年世界广告发展存在的问题 19

四、2010年世界广告企业竞争分析 19

第三节 全球广告市场分析 21

一、全球广告市场格局分析 21

二、2010年戛纳广告节的开展情况 22

三、2010年全球广告支出情况分析 23

- 四、2010年全球互联网广告开支额 23
- 五、2010年经济风暴对广告行业的冲击 23
- 六、2010-2011年中国对全球广告市场的贡献 24
- 第四节2011-2015年世界广告业发展趋势分析 24
 - 一、世界广告发展新趋势变化 24
 - 二、虚拟世界广告发展前景分析 25
 - 三、2011年全球广告支出增长预测 27
 - 四、2011-2015年全球广告预算情况 27
 - 五、2011-2015年广告行业发展前景 27
- 第三章 世界户外广告业发展分析 28
 - 第一节 2010年世界户外广告业发展分析 28
 - 一、2010年美国户外广告业发展分析 28
 - 二、2010年日本户外广告业发展分析 28
 - 三、2010年俄罗斯户外广告业发展分析 29
 - 第二节 2011年世界户外广告市场需求分析 29
 - 一、2011年世界户外广告市场需求量分析 29
 - 二、2011年世界户外广告策划分析 29
 - 三、2010年国外企业进军中国市场情况 31
 - 四、2011年世界户外广告业竞争分析 32
 - 第三节2011-2015年世界户外广告市场发展趋势分析 32
- 第四章 我国广告行业发展现状 34
 - 第一节 中国广告行业综合状况分析 34
 - 一、中国本土广告业发展现状 34
 - 二、中国广告产业在外资重压下发展 35
 - 三、中国本土广告公司的SWOT分析 36
 - 四、国家政策促进广告业发展 36
 - 第二节 我国广告市场发展分析 41
 - 一、2010-2011年中国广告发展现状 41
 - 二、2011年内地广告市场规模分析 42
 - 三、2011年中国广告市场价值分析 42
 - 四、2010年中国广告市场的投放额 43
 - 五、2010年广告行业人才供求情况 43
 - 六、2011年广告市场面临的挑战 44
 - 第三节 我国广告市场规范情况 44
 - 一、2010年中国查处广告违法案件情况 44

- 二、2010年广告业存在的主要问题探讨 44
- 三、2010年中国广告行业新的自律规则 45
- 四、2010年广告行业结盟维护创意版权 45
- 第五章 我国户外广告行业发展分析 46
 - 第一节 中国户外广告行业概况 46
 - 一、中国户外广告发展历程 46
 - 二、中国户外广告的产品类别 50
 - 三、中国的户外广告产业的整合分析 51
 - 四、跨行业合作形势下户外广告的优势 53
 - 第二节 中国户外广告市场发展现状 54
 - 一、户外广告的投放特点 54
 - 二、广告理性投放原则 55
 - 三、户外广告对城市文化的影响分析 57
 - 四、户外广告发展形式分析 62
 - 五、户外广告受宠的市场因素解析 65
 - 第三节 2010年户外广告市场发展分析 65
 - 一、2010年户外广告市场格局分析 65
 - 二、2010年户外液晶广告行业分析 67
 - 三、2010年户外电子屏广告的收入 68
 - 第四节 户外广告市场空间分析 68
 - 一、2011年中国户外广告市场规模 68
 - 二、2011年高校户外广告市场规模 69
 - 三、户外广告位使用权拍卖趋势分析 70
 - 第五节 中国户外广告的相关政策分析 71
 - 一、法律因素在户外广告发展中的作用 71
 - 二、户外广告的设置与空间权的归属 74
 - 三、户外广告在高速发展中趋于健全规范 76
 - 四、户外广告规范与发展的法律策略分析 77
 - 第六节 中国户外广告业发展的问题与对策 84
 - 一、中国发展户外广告品牌的问题 84
 - 二、中国户外广告业应主动求变 84
 - 三、中国户外广告的媒体依托路线 85
 - 四、中国户外广告业面临三大挑战 86
- 第六章 中国户外广告受众及投放分析 87
 - 第一节 户外广告的投放原因及特点 87

- 一、投放户外广告的原因 87
- 二、户外广告已成为第三大广告媒体 88
- 三、户外广告是具有高接受度的广告形式 89
- 四、户外广告的喜好度存在着地区的差异性 89
- 五、管理维护存在问题是制约户外广告发展的瓶颈 91
- 第二节 户外广告受众分析 91
 - 一、受众在户外度过的时间分析 91
 - 二、受众交通工具的选择 92
 - 三、受众接触户外媒体的黄金时间 93
 - 四、受众接触户外媒体的黄金地段 93
 - 五、车身广告是受众接触最多的广告类型 94
- 第三节 影响户外广告投放的要素分析 95
 - 一、影响户外广告投放宏观因素分析 95
 - 二、创意是吸引受众的最重要的要素 96
 - 三、媒体组合能提高户外广告可信度 97
 - 四、消费热点决定记忆程度 98
- 第七章 户外广告主要形式发展分析 100
 - 第一节 路牌广告 100
 - 一、路牌广告是最为典型的户外广告形式 100
 - 二、路牌广告的优势 100
 - 三、路牌户外广告关注度最高 101
 - 四、2010年路牌广告发展分析 102
 - 五、2011年路牌广告发展分析 102
 - 第二节 霓虹灯广告 103
 - 一、霓虹灯色彩价值及作用 103
 - 二、霓虹灯广告牌质量状况分析 105
 - 三、我国霓虹灯广告发展迅速 110
 - 四、2010年霓虹灯广告发展分析 111
 - 五、2011年霓虹灯广告发展分析 111
 - 第三节 灯箱广告 111
 - 一、灯箱广告概念 111
 - 二、灯箱广告的类型 112
 - 三、户外灯箱广告的特点和制作技术 112
 - 四、灯箱广告图的工艺要求 113
 - 五、2010-2011年灯箱广告发展分析 117

第四节 公共交通广告 119

- 一、公共交通广告简介 119
- 二、车身广告简述 120
- 三、外资抢食公交广告市场 120
- 四、车体广告亟待规范 122
- 五、地铁户外数字广告市场分析 123
- 六、2010-2011年车身广告发展分析 124

第五节 户外电视 124

- 一、2010-2011年中国楼宇/户外液晶广告市场状况 124
- 二、中国户外电视产业崛起 125
- 三、中国户外电视广告经营者营销手段解析 130
- 四、中国户外电视广告业面临洗牌 134

第六节 机场户外广告 135

- 一、中国机场户外广告的现状 135
- 二、中国机场户外广告的特点 136
- 三、中国机场户外广告的发展趋势 137
- 四、中国机场媒体发展面临挑战和抉择 138
- 五、2010-2011年机场广告发展分析 141

第七节 三面翻广告 145

- 一、三面翻简介 145
- 二、我国三面翻行业竞争状况 146
- 三、我国三面翻市场问题 147
- 四、2010年三面翻广告发展分析 147
- 五、2011年三面翻广告发展分析 148

第八节 其他户外广告形式 149

- 一、POP广告分析 149
- 二、热气球广告的优势 150
- 三、社区广告直指传播终端 151

第二部分 行业竞争格局 154

第八章 户外广告区域市场竞争力比较 154

第一节 北京 154

- 一、2009年北京奥运户外广告全面启动 154
- 二、2010年北京各大重要行业户外广告发展分析 158
- 三、2010年北京户外广告业发展存在的问题分析 158
- 四、2011年北京户外广告业发展情况分析 159

第二节 上海 159

- 一、2010上海市户外广告业发展特点分析 159
- 二、2010年上海户外广告业的效益优势分析 161
- 三、2010年户外广告公司经营状况及策略分析 162
- 四、2011年上海户外广告业发展情况分析 162

第三节 广东 162

- 一、2010年户外广告业发展阶段分析 162
- 二、2010年户外广告业发展状况综合分析 164
- 三、2010年户外广告业竞争状况分析 165
- 四、2011年广东户外广告业发展分析 166

第九章 中国户外广告市场竞争分析 167

第一节 2010年中国各种广告形式市场竞争综合分析 167

- 一、2010年互联网与传统广告行业竞合分析 167
- 二、2010年谷歌微软对传统广告公司的压力 169
- 三、2010年中国广告业界软硬广告竞争分析 170
- 四、2010-2011年央视重点时段广告竞争分析 171
- 五、2010-2011年移动广告行业竞争形势分析 172

第二节 2010年中国户外广告业竞争状况分析 173

- 一、2010年中国户外广告品牌竞争分析 173
- 二、2010年中国户外广告价格竞争分析 174
- 三、2010年中国户外广告竞争战略分析 174

第十章 户外广告企业竞争策略分析 176

第一节 户外广告市场竞争策略分析 176

- 一、2011年户外广告市场增长潜力分析 176
- 二、2011年户外广告主要潜力品种分析 176
- 三、现有户外广告产品竞争策略分析 177
- 四、潜力户外广告品种竞争策略选择 177
- 五、典型企业产品竞争策略分析 178

第二节 户外广告企业竞争策略分析 178

- 一、金融危机对户外广告行业竞争格局的影响 178
- 二、金融危机后户外广告行业竞争格局的变化 179
- 三、2011-2015年我国户外广告市场竞争趋势 181
- 四、2011-2015年户外广告行业竞争格局展望 181
- 五、2011-2015年户外广告行业竞争策略分析 182
- 六、2011-2015年户外广告企业竞争策略分析 184

第十一章 户外广告重点企业竞争分析 191

第一节 清晰频道户外广告公司 191

- 一、企业概况 191
- 二、竞争优势分析 192
- 三、2010-2011年经营状况 192
- 四、2011-2015年发展战略 193

第二节 德高集团 193

- 一、企业概况 193
- 二、竞争优势分析 193
- 三、2010-2011年经营状况 194
- 四、2011-2015年发展战略 195

第三节 TOM集团有限公司 195

- 一、企业概况 195
- 二、竞争优势分析 196
- 三、2010-2011年经营状况 197
- 四、2011-2015年发展战略 199

第四节 白马户外媒体有限公司 201

- 一、企业概况 201
- 二、竞争优势分析 202
- 三、2010-2011年经营状况 202
- 四、2011-2015年发展战略 203

第五节 大贺传媒股份有限公司 204

- 一、企业概况 204
- 二、竞争优势分析 206
- 三、2010-2011年经营状况 206
- 四、2011-2015年发展战略 206

第三部分 行业前景预测 208

第十二章 户外广告行业发展趋势分析 208

第一节 中国广告行业发展趋势分析 208

- 一、中国广告业发展新动向 208
- 二、2011年中国广告市场趋势解析 211
- 三、2011-2015年中国广告行业发展前景 212
- 四、2011-2010年中国对全球广告市场的推动 213
- 五、2011年中国广告市场发展与新媒体趋势 214

第二节 中国户外广告市场趋势前景分析 215

- 一、中国户外广告市场发展前景 215
- 二、中国户外广告市场潜力分析 216
- 三、中国户外广告发展趋势分析 217
- 四、中国户外广告业两极化趋势 218
- 五、未来户外广告行业十大趋势 219
- 第十三章 未来户外广告行业发展预测 222
 - 第一节 2011-2015年国际户外广告市场预测 222
 - 一、2011-2015年全球户外广告行业供给预测 222
 - 二、2011-2015年全球户外广告市场需求前景 222
 - 三、2011-2015年全球户外广告市场价格预测 222
 - 第二节 2011-2015年国内户外广告市场预测 223
 - 一、2011-2015年国内户外广告行业供给预测 223
 - 二、2011-2015年国内户外广告行业规模预测 224
 - 三、2011-2015年国内户外广告市场需求前景 224
 - 四、2011-2015年国内户外广告市场价格预测 225
 - 五、2011-2015年国内户外广告行业集中度预测 225
- 第四部分 投资战略研究 227
- 第十四章 户外广告行业投资现状分析 227
 - 第一节 2010年户外广告行业投资情况分析 227
 - 一、2010年总体投资及结构 227
 - 二、2010年投资规模情况 227
 - 三、2010年投资增速情况 228
 - 四、2010年分行业投资分析 228
 - 五、2010年分地区投资分析 228
 - 六、2010年外商投资情况 229
 - 第二节 2011年1季度户外广告行业投资情况分析 229
 - 一、2011年1季度总体投资及结构 229
 - 二、2011年1季度投资规模情况 230
 - 三、2011年1季度投资增速情况 230
 - 四、2011年1季度分行业投资分析 230
 - 五、2011年1季度分地区投资分析 231
 - 六、2011年1季度外商投资情况 231
- 第十五章 户外广告行业投资环境分析 232
 - 第一节 经济发展环境分析 232
 - 一、2010-2011年我国宏观经济运行情况 232

- 二、2011-2015年我国宏观经济形势分析 239
- 三、2011-2015年投资趋势及其影响预测 243
- 第二节 政策法规环境分析 244
 - 一、2011年户外广告行业政策环境 244
 - 二、2011年国内宏观政策对其影响 249
 - 三、2011年行业产业政策对其影响 251
- 第三节 社会发展环境分析 252
 - 一、国内社会环境发展现状 252
 - 二、2011年社会环境发展分析 254
 - 三、2011-2015年社会环境对行业的影响分析 257
- 第十六章 户外广告行业投资机会与风险 258
- 第一节 户外广告行业投资效益分析 258
 - 一、2010-2011年户外广告行业投资状况分析 258
 - 二、2011-2015年户外广告行业投资效益分析 258
 - 三、2011-2015年户外广告行业投资趋势预测 259
 - 四、2011-2015年户外广告行业的投资方向 261
 - 五、2011-2015年户外广告行业投资的建议 263
 - 六、新进入者应注意的障碍因素分析 264
- 第二节 影响户外广告行业发展的主要因素 264
 - 一、2011-2015年影响户外广告行业运行的有利因素分析 264
 - 二、2011-2015年影响户外广告行业运行的稳定因素分析 266
 - 三、2011-2015年影响户外广告行业运行的不利因素分析 267
 - 四、2011-2015年我国户外广告行业发展面临的挑战分析 268
 - 五、2011-2015年我国户外广告行业发展面临的机遇分析 270
- 第三节 户外广告行业投资风险及控制策略分析 271
 - 一、2011-2015年户外广告行业市场风险及控制策略 271
 - 二、2011-2015年户外广告行业政策风险及控制策略 271
 - 三、2011-2015年户外广告行业经营风险及控制策略 272
 - 四、2011-2015年户外广告行业技术风险及控制策略 272
 - 五、2011-2015年户外广告同业竞争风险及控制策略 273
 - 六、2011-2015年户外广告行业其他风险及控制策略 273
- 第十七章 户外广告行业投资战略研究 275
- 第一节 户外广告行业发展战略研究 275
 - 一、战略综合规划 275
 - 二、技术开发战略 275

- 三、业务组合战略 276
- 四、区域战略规划 277
- 五、产业战略规划 277
- 六、营销品牌战略 277
- 七、竞争战略规划 278
- 第二节 对我国户外广告品牌的战略思考 279
 - 一、企业品牌的重要性 279
 - 二、户外广告实施品牌战略的意义 280
 - 三、户外广告企业品牌的现状分析 280
 - 四、我国户外广告企业的品牌战略 281
- 第三节 户外广告行业投资战略研究 281
 - 一、2011年广告行业投资战略 281
 - 二、2011年我国户外广告行业投资战略 282
 - 三、2011-2015年户外广告行业投资战略 282
 - 四、2011-2015年细分行业投资战略 283

中国报告网发布的《2011-2015年户外广告产业深度调研与投资前景分析报告》共十七章。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/114019114019.html>