

2013-2017年中国户外广告 市场监测及投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2013-2017年中国户外广告市场监测及投资前景研究报告》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.bosidata.com/chuanmei1301/L316188K17.html>

【报告价格】纸介版7200元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2013-01-25

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2013-2017年中国户外广告市场监测及投资前景研究报告》共七章。介绍了户外广告行业相关概述、中国户外广告产业运行环境、分析了中国户外广告行业的现状、中国户外广告行业竞争格局、对中国户外广告行业做了重点企业经营状况分析及中国户外广告产业发展前景与投资预测。您若想对户外广告产业有个系统的了解或者想投资户外广告行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

第一章、广告相关概述

第一节、广告简介

- 一、广告的概念
- 二、广告的本质特点和要素
- 三、广告的分类和主要形式
- 四、广告媒体简介

第二节、户外广告

- 一、户外广告的概念
- 二、户外广告的划分
- 三、户外广告的优势
- 四、户外广告的影响及作用
- 五、户外广告的美学特征
- 六、户外广告的属性

第三节、户外广告制作

- 一、户外广告制作的设备及工艺
- 二、户外广告牌面的照明工程设计步骤
- 三、户外广告制作的规范化
- 四、户外广告画面制作技巧及注意事项

第二章、广告行业发展剖析

第一节、世界广告行业发展状况

- 一、全球广告市场规模
- 二、全球广告市场发展状况
- 三、2011年全球广告市场动态

四、全球广告市场预测分析

第二节、中国广告行业综合状况分析

- 一、中国广告业发展历经三大阶段
- 二、中国广告业基本情况分析
- 三、中国广告行业发展受益政策支持
- 四、中国本土广告公司的SWOT分析

第三节、2008-2011年中国广告行业发展状况

- 一、2008年中国广告业发展呈前高后低态势
- 二、2009年中国广告业在困境中复苏
- 三、2010年中国广告行业发展态势良好
- 四、2011年中国广告市场分析

第四节、中国广告业发展存在的问题及对策分析

- 一、中国广告在全球经济时代的发展症结
- 二、中国广告产业危机存在“多米诺效应”
- 三、中国广告行业重新定位的几个问题
- 四、中国广告行业发展面临的任务
- 五、中国国有广告公司的弱点及发展对策

第三章、户外广告业发展分析

第一节、世界户外广告状况

- 一、美国
- 二、日本
- 三、法国
- 四、俄罗斯
- 五、菲律宾

第二节、中国户外广告行业状况

- 一、中国户外广告业综述
- 二、中国户外广告行业发展现状
- 三、2010年我国户外广告市场盘点分析
- 四、2011年中国户外广告市场概况
- 五、我国户外广告行业走向合众发展阶段
- 六、我国户外广告行业崛起于终端

第三节、中国部分地区户外广告行业的发展

- 一、北京
- 二、哈尔滨
- 三、青岛
- 四、杭州
- 五、重庆

第四节、中国户外广告业发展机遇分析

- 一、受众生活方式转变赋予户外广告更多传播空间
- 二、城市理念发展变革助推户外广告业优化转型
- 三、新农村与城镇化建设提升户外广告市场巨大空间
- 四、科技创新及应用推动户外广告进入全新发展阶段
- 五、市场开放推进户外广告业优化资源配置

第五节、中国户外广告的相关政策分析

- 一、法律因素在户外广告发展中的作用
- 二、户外广告的设置与空间权的归属
- 三、户外广告在高速发展中趋于健全规范
- 四、户外广告规范与发展的法律策略分析

第六节、中国户外广告业发展的问题与对策

- 一、制约我国户外广告发展的瓶颈
- 二、中国户外广告行业发展的忧虑
- 三、我国户外广告业发展存在的问题及对策
- 四、推动国内户外广告业发展的建议
- 五、我国户外广告行业发展措施

第四章、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、投放户外广告的原因
- 二、户外广告已成为第三大广告媒体
- 三、户外广告是具有高接受度的广告形式
- 四、户外广告的喜好度存在着地区的差异性
- 五、管理维护存在问题制约户外广告发展的瓶颈

第二节、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、2008-2009年户外广告投放状况分析

- 一、2008年1-12月中国主要行业户外广告投放状况
- 二、2008年1-12月中国重点品牌户外广告投放状况
- 三、2009年1-12月中国主要行业户外广告投放状况
- 四、2009年1-12月中国主要品牌户外广告投放状况

第四节、2010-2011年中国部分行业户外广告投放分析

- 一、2010年我国户外广告投放状况总体分析
- 二、2010年门户微博产品户外广告投放状况
- 三、2010年婴幼儿奶粉类户外广告投放状况
- 四、2010年巧克力类户外广告投放状况
- 五、2011年主要行业户外广告投放状况

第五节、影响户外广告投放的要素分析

- 一、影响户外广告投放宏观因素分析
- 二、创意是吸引受众的最重要的要素
- 三、媒体组合能提高户外广告可信度
- 四、消费热点决定记忆程度

第五章、户外广告主要形式

第一节、路牌广告

- 一、路牌广告是最为典型的户外广告形式
- 二、路牌广告的优势
- 三、路牌广告的作用及影响力
- 四、路牌户外广告关注度最高
- 五、路牌广告存在问题

第二节、霓虹灯广告

- 一、霓虹灯色彩价值及作用
- 二、霓虹灯广告牌质量状况分析

三、我国霓虹灯广告发展迅速

第三节、灯箱广告

一、灯箱广告概念

二、灯箱广告的类型

三、户外灯箱广告的特点和制作技术

四、灯箱广告图的工艺要求

五、灯箱广告发展势头迅猛

第四节、公共交通广告

一、公共交通广告简介

二、车身广告简述

三、车体广告亟待规范

四、地铁户外广告市场分析

五、深度探析公交车广告存在的瓶颈及投放策略

第五节、户外电子屏广告

一、户外电子屏广告的定义及特点

二、2008年中国电子屏市场发展呈现多元化

三、2009年中国户外电子屏广告市场规模分析

四、2009年户外电子屏广告市场份额移动电视居首

五、2010年中国户外电子屏广告市场规模解析

六、2011年中国户外电子屏广告市场分析

第六节、机场户外广告

一、机场户外广告的优势

二、机场户外广告的核心价值分析

三、中国机场户外广告的特点

四、中国机场户外广告的状况

五、中国机场媒体应理性发展

六、中国机场媒体或将面临洗牌

七、中国机场广告的定位及策略

第七节、三面翻广告

一、三面翻简介

二、三面翻广告以其独特魅力迅速崛起

三、我国三面翻行业竞争状况

四、我国三面翻市场问题

第八节、其他户外广告形式

一、POP广告的发展

二、热气球广告的优势

三、社区广告直指传播终端

四、我国墙体广告的发展

第六章、重点企业分析

第一节、清晰频道户外广告公司（CLEAR CHANNEL OUTDOOR）

一、清晰频道户外广告公司简介

二、2009年清晰媒体户外控股公司经营状况

三、2010年清晰媒体户外控股公司经营状况

四、2011年清晰媒体户外控股公司经营状况

第二节、德高集团（JCDECAUX）

一、德高集团公司简介

二、2009年德高集团经营状况

三、2010年德高集团经营状况

四、2011年德高集团经营状况

第三节、TOM集团有限公司

一、TOM集团公司简介

二、2009年Tom集团经营状况

三、2010年Tom集团经营状况

四、2011年Tom集团经营状况

第四节、白马户外媒体有限公司

一、公司简介

二、2009年白马户外媒体经营状况

三、2010年白马户外媒体经营状况

四、2011年白马户外媒体经营状况

第五节、大贺传媒股份有限公司

一、公司简介

二、2009年大贺传媒经营状况

三、2010年大贺传媒经营状况

四、2011年大贺传媒经营状况

第六节、分众传媒控股有限公司

一、公司简介

二、2009年分众传媒经营状况

三、2010年分众传媒经营状况

四、2011年分众传媒经营状况

第七节、成都博瑞传播股份有限公司

一、公司简介

二、2010年1-12月博瑞传播经营状况分析

三、2011年1-12月博瑞传播经营状况分析

四、2012年1-3月博瑞传播经营状况分析

第七章、户外广告投资与发展趋势

第一节、户外广告投资潜力分析

一、户外广告受风投青睐

二、中国户外媒体投资分析

三、中国户外广告投资前景好

第二节、户外广告发展趋势

一、2013-2017年中国户外广告行业市场营业额预测

二、中国户外广告行业发展趋势

三、户外广告未来的十大趋向

四、中国户外广告业将进入调整期

五、户外广告竞争发展将转向二三线城市

第三节、各类型户外广告未来发展分析

一、霓虹灯广告应用前景广泛

二、灯箱广告市场潜力巨大

三、我国公交移动电视广告未来的发展趋势

四、中国机场户外广告的发展趋势

附录

附录一：中华人民共和国广告法

附录二：户外广告登记管理规定

附录三：店堂广告管理暂行办法

附录四：城市公共交通广告发布规范（试行）

图表目录：

图表 全球广告市场规模及增速

图表 全球各地区广告支出状况

图表 全球各种类型互联网广告支出状况

图表 全球各种媒介的广告支出状况

图表 全球各种媒介广告支出份额

图表 国内广告经营额与国内生产总值比较

图表 广告收入增长率

图表 我国各地区广告业发展情况

图表 我国各类广告经营单位发展情况

图表 各行业广告投放额

图表 中国本土广告公司的SWOT分析

图表 中国广告市场投放与GDP增长比较

图表 各类媒体广告投放情况

图表 中国广告花费（媒体）

图表 中国广告花费行业TOP5

图表 中国广告花费品牌TOP10

图表 2009年1月全国户外广告投放金额前十位品类

图表 2009年2月全国户外广告投放金额前十位品类

图表 2009年3月全国户外广告投放金额前十位品类

图表 2009年5月全国户外广告投放金额前十位品类

图表 2009年6月全国户外广告投放金额前十位品类

图表 2009年7月全国户外广告投放金额前十位品类

图表 2009年8月全国户外广告投放金额前十位品类

图表 2009年9月全国户外广告投放金额前十位品类

图表 2009年10月全国户外广告投放金额前十位品类

图表 2009年11月全国户外广告投放金额前十位品类

图表 2009年12月全国户外广告投放金额前十位品类

图表 2009年1月全国户外广告投放金额前十五位品牌

图表 2009年3月全国户外广告投放金额前十五位品牌

图表 2009年4月全国户外广告投放金额前十五位品牌

图表 2009年5月全国户外广告投放金额前十五位品牌

图表 2009年6月全国户外广告投放金额前十五位品牌

图表 2009年7月全国户外广告投放金额前十五位品牌

图表 2009年8月全国户外广告投放金额前十五位品牌

图表 2009年9月全国户外广告投放金额前十五位品牌

图表 2009年10月全国户外广告投放金额前十五位品牌

图表 2009年11月全国户外广告投放金额前十五位品牌

图表 2009年12月全国户外广告投放金额前十五位品牌

图表 住宅类户外广告投放同比状况

图表 2010年新浪、搜狐微博户外广告投放走势

图表 2010年门户微博户外广告投放占比

图表 2010年新浪、搜狐微博户外广告市场投放布局

图表 2010年新浪网微博的户外广告投放媒体选择

图表 2010年搜狐微博户外广告投放媒体选择

图表 2009-2010年婴幼儿奶粉户外广告投放对比

图表 2010年婴幼儿奶粉国内外品牌户外广告投放占比

图表 2010年婴幼儿奶粉户外投放TOP10品牌

图表 2010年婴幼儿奶粉户外广告投放城市布局

图表 主要户外广告关注度结构对比分析

图表 户外广告关注度排名

图表 灯箱广告材料类型

图表 灯箱广告网屏与观察距离的关系

图表 某液体油墨的性能指标

图表 中国户外电子屏广告主要细分市场年增长率

图表 中国户外电子屏广告细分市场规规模占比

图表 中国户外电子屏市场规模

图表 机场媒体受众的月收入特点

图表 机场媒体受众的年龄结构

图表 机场媒体受众的学历特征

图表 机场媒体受众的职业特点

图表 广州白云机场广告投放总额对比

图表 广州白云机场广告投放前十位品牌

图表 广州白云机场广告投放前十位行业

图表 2007-2009年清晰媒体户外控股公司综合损益表

图表 2007-2009年清晰媒体户外控股公司不同地区部门收入情况

图表 2008-2010年清晰媒体户外控股公司综合损益表

图表 2008-2010年清晰媒体户外控股公司不同地区部门收入情况

图表 2010-2011年清晰媒体户外控股公司综合损益表

图表 2010-2011年清晰媒体户外控股公司不同地区部门收入情况

图表 2008-2009年德高集团损益表

图表 2008-2009年德高集团不同业务主要财务数据

图表 2008-2009年德高集团不同地区净收入情况

图表 2009-2010年德高集团损益表

图表 2009-2010年德高集团不同业务主要财务数据

图表 2009-2010年德高集团不同地区净收入情况

图表 2010-2011年德高集团损益表

图表 2011年德高集团不同业务主要财务数据

图表 2011年德高集团不同地区净收入情况

图表 2008-2009年TOM集团综合损益表

图表 2008-2009年TOM集团各业务分部营业额

图表 2008-2009年TOM集团主要市场区域业绩情况

图表 2009-2010年TOM集团综合损益表

图表 2009-2010年TOM集团各业务分部营业额

图表 2009-2010年TOM集团主要市场区域业绩情况

图表 2010-2011年TOM集团综合损益表

图表 2010-2011年TOM集团各业务分部营业额

图表 2010-2011年TOM集团主要市场区域业绩情况

图表 2008-2009年白马户外媒体综合损益表

图表 2008-2009年白马户外媒体主要财务数据

图表 2009-2010年白马户外媒体综合损益表

图表 2009-2010年白马户外媒体主要财务数据

图表 2010-2011年白马户外媒体综合损益表

图表 2010-2011年白马户外媒体主要财务数据

图表 2008-2009年大贺传媒综合损益表

图表 2008-2009年度大贺传媒各业务分部营业额

图表 2009-2010年大贺传媒综合损益表

图表 2009-2010年大贺传媒各业务分部营业额

图表 2010-2011年大贺传媒综合损益表

图表 2010-2011年大贺传媒各业务分部营业额

图表 2010年1-12月博瑞传播主要财务数据

图表 2010年1-12月博瑞传播非经常性损益项目及金额

图表 2008年-2010年博瑞传播主要会计数据

图表 2008年-2010年博瑞传播主要财务指标

图表 2010年1-12月博瑞传播主营业务分行业、产品情况

图表 2010年1-12月博瑞传播主营业务分地区情况

图表 2011年1-12月博瑞传播主要财务数据

图表 2011年1-12月博瑞传播非经常性损益项目及金额

图表 2009年-2011年博瑞传播主要会计数据

图表 2009年-2011年博瑞传播主要财务指标

图表 2011年1-12月博瑞传播主营业务分行业、产品情况

图表 2011年1-12月博瑞传播主营业务分地区情况

图表 2012年1-3月博瑞传播主要会计数据及财务指标

图表 2012年1-3月博瑞传播非经常性损益项目及金额

图表 海外上市户外媒体公司

图表 部分户外传媒公司融资一览表

图表 分众传媒所并购VC支持的户外媒体公司

图表 2013-2017年中国户外广告行业市场营业额预测

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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/chuanmei1301/L316188K17.html>