

# 2011-2015年户外广告市场 深度评估与发展趋势研究报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

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

## 一、报告报价

《2011-2015年户外广告市场深度评估与发展趋势研究报告》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.cction.com/report/201108/72401.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

### 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

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201108/72401.html>