



艾凯咨询
ICAN Consulting

2009-2012年中国户外广告产业 运营态势规划分析及投资策略研 究报告

一、调研说明

《2009-2012年中国户外广告产业运营态势规划分析及投资策略研究报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/168133.html>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：sales@icandata.com

联系人：刘老师

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、摘要、目录、图表

艾凯数据研究中心是专业和专注的产业研究机构，拥有多年的产业研究、市场研究、市场调研、行业研究及项目咨询的专业经验，是中国市场领先的研究报告和竞争情报提供商。网站每天更新大量行业分析报告、图表资料、投资情报、竞争情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利。我们与国内各大数据源，（包括国家统计局、国家信息中心、国家海关总署、地方政府机构、行业协会等权威机构）建立战略合作关系，保障准确、权威、可靠的数据信息服务。

本报告为艾凯数据研究中心原创，近期我公司发现一些不良公司及个人将本公司的报告目录原样或改头换面后挂在其网站或一些博客网站进行宣传销售，对不明情况的客户进行欺诈。本产业研究中心郑重声明：本报告为我单位原创,为确保您所购买报告的准确、真实、权威，请直接从本中心购买，我单位没有开展其它代理销售渠道，敬请识别，谨防上当受骗！

【报告目录】

第一章 户外广告产业相关概述 7

第一节 户外广告 7

一、户外广告的概念 7

二、户外广告的划分 7

三、户外广告的主要功能 7

四、户外广告媒体 9

五、户外广告的美学特征 10

第二节 户外广告制作 11

一、户外广告制作的设备及工艺 11

二、户外广告牌面的照明工程设计步骤 13

三、户外广告制作的规范化 14

四、户外广告画面制作技巧及注意事项 14

第二章 2008-2009年世界户外广告产业运行状况分析 16

第一节 2008-2009年世界户外广告产业发展概况 16

一、世界户外广告产业特点分析 16

二、麦肯世界创造巨大户外广告 16

三、世界户外广告竞争分析 17

第二节 2008-2009年世界主要国家户外广告产业运行分析 19

一、美国 19

二、日本 19

三、法国 20

四、英国 20

第三节 2009-2012年世界户外广告产业发展趋势分析 20

第三章 2008-2009年中国户外广告产业运行环境分析 21

第一节 2008-2009年中国宏观经济环境分析 21

一、中国GDP分析 21

二、城乡居民家庭人均可支配收入与恩格尔系数 23

三、中国CPI指数分析 25

第二节 2008-2009年中国户外广告产业政策环境分析 26

一、中华人民共和国广告法 26

二、户外广告登记管理规定 27

三、城市公共交通广告发布规范（试行） 27

四、中国户外广告的相关政策分析 28

第三节 2008-2009年中国户外广告产业社会环境分析 34

第四章 2008-2009年中国户外广告产业运行形势分析 38

第一节 2008-2009年中国户外广告行业综述 38

一、中国的户外广告产业的整合分析 38

二、跨行业合作形势下户外广告的优势 38

三、户外广告备受资本市场追捧 39

四、户外广告形式发展分析 40

第二节 2008-2009年中国户外广告业发展的问题与对策 41

一、中国发展户外广告品牌的问题 41

二、中国户外广告业应主动求变 44

三、中国户外广告的媒体依托路线解析 44

四、中国户外广告业面临三大挑战 45

第五章 2008-2009年中国户外广告受众及投放分析 47

第一节 户外广告的投放原因及特点 47

- 一、投放户外广告的原因 47
- 二、户外广告已成为第三大广告媒体 49
- 三、户外广告是具有高接受度的广告形式 51
- 四、户外广告的喜好度存在着地区的差异性 52
- 五、管理维护存在问题是制约户外广告发展的瓶颈 53

第二节 2008-2009年中国户外广告受众分析 53

- 一、受众在户外度过的时间分析 53
- 二、受众交通工具的选择 54
- 三、受众接触户外媒体的黄金时间 55
- 四、受众接触户外媒体的黄金地段 55
- 五、车身广告是受众接触最多的广告类型 56

第三节 2008-2009年影响户外广告投放的要素分析 56

- 一、影响户外广告投放宏观因素分析 56
- 二、创意是吸引受众的最重要的要素 57
- 三、媒体组合能提高户外广告可信度 58
- 四、消费热点决定记忆程度 58

第六章 2008-2009年中国户外广告主要形式运行态势分析 60

第一节 2008-2009年中国路牌广告行业分析 60

- 一、路牌广告是最为典型的户外广告形式 60
- 二、路牌广告的优势 60
- 三、路牌户外广告关注度最高 61

第二节 2008-2009年中国霓虹灯广告行业分析 62

- 一、霓虹灯色彩价值及作用 62
- 二、霓虹灯广告牌质量状况分析 64
- 三、我国霓虹灯广告发展迅速 68

第三节 2008-2009年中国灯箱广告行业分析 68

- 一、灯箱广告概念 68
- 二、户外灯箱广告的特点和制作技术 69
- 三、灯箱广告图的工艺要求 72

第四节 2008-2009年中国公共交通广告行业分析 73

- 一、公共交通广告简介 73
- 二、车身广告简述 73
- 三、外资抢食公交广告市场 74
- 四、车体广告亟待规范 75
- 五、地铁户外数字广告市场分析 76
- 第五节2008-2009年中国户外电视行业分析 76
 - 一、2008年中国楼宇/户外液晶广告市场状况分析 76
 - 二、中国户外电视产业崛起 77
 - 三、中国户外电视广告经营者营销手段解析 78
 - 四、中国户外电视广告业面临洗牌 81
- 第六节2008-2009年中国机场户外广告行业分析 82
 - 一、中国机场户外广告的现状 82
 - 二、中国机场户外广告的特点 83
 - 三、中国机场户外广告的发展趋势 84
 - 四、中国机场媒体发展面临挑战和抉择 84
- 第七节2008-2009年中国三面翻广告行业分析 86
 - 一、三面翻简介 86
 - 二、我国三面翻行业竞争状况 86
 - 三、我国三面翻市场问题 87
- 第八节2008-2009年中国其他户外广告形式分析 88
 - 一、POP广告简介 89
 - 二、热气球广告的优势 89
 - 三、社区广告直指传播终端 90
- 第七章2008-2009年中国户外广告产业市场竞争格局分析 92
 - 第一节2008-2009年中国户外广告市场竞争综合分析 92
 - 一、中国户外广告品牌竞争分析 92
 - 二、户外广告价格竞争分析 93
 - 三、成本竞争分析 94
 - 四、制约户外广告业发展的因素分析 95
 - 第二节2008-2009年中国户外广告重点省市竞争分析 95
 - 一、北京 95

二、上海 96

三、广州 97

第三节 2008-2009年中国户外广告业提升竞争力策略分析 98

第八章 2009-2010年国内外户外广告重点企业运行分析 100

第一节 清晰频道户外广告公司 (ClearChannelOutdoor) 100

一、清晰频道户外广告公司简介 100

二、2009-2010年清晰频道户外广告公司经营状况分析 100

第二节 德高集团 (JCDecaux) 100

一、德高集团公司简介 100

二、2009-2010年德高集团经营状况分析 101

三、德高带来新型的媒体形式 101

四、德高中国"地下"圈地占据中国80%地铁媒体份额 102

第三节 TOM集团有限公司 103

一、TOM集团公司简介 103

二、2009-2010年TOM集团经营状况分析 103

三、TOM集团业务优化成功扭亏 104

四、TOM户外传媒知识管理加速企业战略扩张 104

第四节 白马户外媒体有限公司 105

一、公司简介 105

二、2007-2009年白马户外媒体经营状况分析 106

第五节 成都博瑞传播股份有限公司 106

一、公司概况 106

二、公司主要财务指标分析 107

三、公司盈利能力及偿债能力分析 107

四、公司成长能力 108

五、公司经营效率 108

六、公司竞争力分析 109

第六节 大贺传媒股份有限公司 109

一、公司简介 109

二、2009-2010年大贺传媒经营状况分析 109

三、引进国际资本大贺传媒与新传媒签战略合作协议 110

第九章2009-2012年中国户外广告产业发展趋势预测分析	112
第一节2009-2012年中国户外广告发展趋势分析	112
一、中国户外广告的发展趋势	112
二、中国户外广告业的两极化趋势	112
三、户外广告未来的十大趋势	114
第二节2009-2012年中国户外广告产业市场预测分析	116
一、户外广告供给预测分析	116
二、户外广告产业需求预测分析	117
第三节2009-2012年中国户外广告产业市场盈利预测分析	118
第十章2009-2012年中国户外广告产业投资机会与风险分析	119
第一节2009-2012年中国户外广告产业投资环境分析	119
第二节2009-2012年中国户外广告产业投资机会分析	120
一、区域投资热点分析	120
二、投资潜力分析	121
第三节2009-2012年中国户外广告产业投资风险分析	122
一、市场运营风险	122
二、资金风险	122
三、政策风险	123
四、进入退出风险	124
第四节 专家投资建议	125
第十一章 金融危机对户外广告产业的影响及企业应对策略分析	126
第一节 金融危机对户外广告产业的影响	126
一、2009年金融危机对中国实体经济的影响基本面分析	126
二、金融危机对中国户外广告产业的传导机制	128
第二节 我国户外广告产业应对金融危机的主要策略探讨	128
一、政策角度	128
二、增强内功修炼，提升产品质量	130
三、广告行业越来越重视资本运作	130
四、海外并购策略	131
第三节 应对金融危机建议	132

【图表目录】

- 图表 1 2004-2009年美国数字户外媒体产业总值统计表 15
- 图表 2 目前（2008-2009年）全球四大广告集团市场份额比例情况 18
- 图表 3 2000-2010年第二季度中国GDP及其增长率统计表 20
- 图表 4 2003-2010年中国分产业GDP增长率季度统计表 21
- 图表 5 2003-2009年中国GDP增长率季度走势图 22
- 图表 6 1978-2009年中国居民收入及恩格尔系数统计表 22
- 图表 7 中国城乡居民收入走势对比 24
- 图表 8 2008-2009年各月中国价格指数统计表 24
- 图表 9 2008-2009年中国价格指数月度走势图 25
- 图表 10 2009年中国广告主接受户外广告的难易程度分析 45
- 图表 11 2001-2013年中国广告市场规模走势及预测图 48
- 图表 12 2009年中国户外电子屏广告细分市场规模情况 48
- 图表13 户外广告关注度排名 58
- 图表14 主要户外广告关注度结构对比分析 58
- 艾凯数据研究中心发布的《2009-2012年中国户外广告产业运营态势规划分析及投资策略研究报告》，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。
- 图表 15 中国户外电视广告经营者宣传策略列表 75
- 图表 16 白马户外媒体主要经济指标运行情况（报表日期：2009/12/31） 102
- 图表 17 成都博瑞传播股份有限公司偿债能力分析 104
- 图表 18 成都博瑞传播股份有限公司盈利能力分析 104
- 图表 19 成都博瑞传播股份有限公司成长能力分析 105
- 图表 20 成都博瑞传播股份有限公司经营效率分析 105
- 图表 21 成都博瑞传播股份有限公司竞争力分析 105
- 图表 22 大贺传媒主要经济指标运行情况（报表日期：2009/12/31） 106
- 图表 23 近三年户外广告投放地区分布图 116

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/168133.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。