



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2013-2018年中国电梯平面广告 产业市场深度分析与投资前景预 测报告

## 一、调研说明

《2013-2018年中国电梯平面广告产业市场深度分析与投资前景预测报告》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/242185.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](mailto: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

### 【报告目录】

#### 第一章 户外广告行业发展综述

##### 1.1 户外广告行业概述

###### 1.1.1 户外广告的定义

###### 1.1.2 户外广告的分类

(1) 按媒体所处位置分类

(2) 按广告表现性质分类

(3) 按表现形式不同分类

(4) 其他形式的分类

###### 1.1.3 户外广告的特征

(1) 形态特征

(2) 传播特征

###### 1.1.4 户外广告发布流程

(1) 申请户外广告具备的条件

(2) 申请发布户外广告的程序

###### 1.1.5 户外广告行业的地位及作用

(1) 与城市建设的关系

(2) 与城市文化形象的关系

(3) 与城市经济发展的关系

##### 1.2 户外广告行业种群分析

###### 1.2.1 媒介生态种群概述

(1) 媒介生态种群定义

(2) 媒介生态种群特征

###### 1.2.2 户外广告行业种群结构分析

(1) 户外广告行业的主要种群

(2) 户外广告行业的种群间关系

###### 1.2.3 户外广告行业种群矛盾分析

(1) 广告主种群与广告媒介种群矛盾

(2) 广告公司种群内部矛盾

(3) 广告公司种群与资本种群间矛盾

### 1.3 户外广告行业发展环境分析

#### 1.3.1 行业管理规范

(1) 行业监管部门

(2) 行业法规政策

(3) 行业相关标准

#### 1.3.2 经济环境分析

(1) 国际宏观经济环境分析

1) 国际宏观经济现状

2) 国际宏观经济预测

(2) 国内宏观经济环境分析

1) 国内宏观经济现状

2) 国内宏观经济预测

(3) 宏观环境对本行业影响

#### 1.3.3 社会环境分析

(1) 文化环境分析

(2) 消费情况分析

(3) 城市环境分析

### 1.4 报告研究单位与研究方法

#### 1.4.1 研究单位介绍

#### 1.4.2 研究方法概述

## 第二章 中国户外广告行业发展分析

### 2.1 中国户外广告行业发展历程分析

#### 2.1.1 中国户外广告行业发展历程

(1) 恢复发展期

(2) 改革发展期

(3) 膨胀发展期

(4) 平稳发展期

(5) 迅速发展期

#### 2.1.2 中国户外广告行业发展现状

(1) 行业集中度明显增加

(2) 广告策划达到专业水准

(3) 户外广告更加重视创意

(4) 广告媒体资源争夺激烈

## 2.2 中国户外广告行业市场分析

### 2.2.1 户外广告行业市场规模分析

### 2.2.2 户外广告投放品牌分析

### 2.2.3 户外广告投放行业分析

### 2.2.4 户外媒体价格变化分析

### 2.2.5 户外广告行业利润分析

## 2.3 中国户外广告行业竞争分析

### 2.3.1 户外广告行业竞争状况分析

(1) 户外广告行业竞争现状分析

(2) 户外广告行业竞争格局分析

(3) 户外广告行业潜在威胁分析

### 2.3.2 户外广告行业投资兼并与重组分析

(1) 户外广告行业投资兼并与重组整合概况

(2) 外资户外广告企业投资兼并与重组整合分析

(3) 国内户外广告企业投资兼并与重组整合分析

## 2.4 中国户外广告行业发展挑战与机遇

### 2.4.1 户外广告行业发展的挑战

### 2.4.2 户外广告行业发展的机遇

## 第三章 电梯平面广告市场分析

### 3.1 电梯平面广告基本情况

#### 3.1.1 电梯平面广告基本尺寸

#### 3.1.2 电梯平面广告基本形式

#### 3.1.3 电梯平面广告画面制造

#### 3.1.4 电梯平面广告目标受众

### 3.2 电梯平面广告市场现状分析

#### 3.2.1 电梯平面广告市场发展状况

#### 3.2.2 电梯平面广告区域市场情况

### 3.3 电梯平面广告投放情况分析

- 3.3.1 电梯平面广告投放覆盖面分析
- 3.3.2 电梯平面广告投放行业分析
- 3.3.3 电梯平面广告投放品牌分析
- 3.4 电梯平面广告投放效果分析
  - 3.4.1 电梯平面广告到达率评估
  - 3.4.2 目标受众的评价
  - 3.4.3 电梯平面广告的效果体现

#### 第四章 户外广告行业投资分析与前景预测

- 4.1 户外广告行业投资分析
  - 4.1.1 户外广告行业投资特性分析
  - 4.1.2 户外广告行业投资现状分析
  - 4.1.3 户外广告行业投资风险分析
  - 4.1.4 户外广告行业投资机会分析
- 4.2 户外广告行业前景预测
  - 4.2.1 户外广告行业发展趋势分析
  - 4.2.2 户外广告行业发展前景预测
- 4.3 户外广告行业投资建议
  - 4.3.1 户外广告行业投资价值
  - 4.3.2 户外广告行业可投资方向
  - 4.3.3 户外广告行业投资方式建议

##### 【图表目录】

图表1 我国户外广告行业中的主要种群

图表2 两个物种种群的相互作用类型

图表3 2013年美国制造业PMI分项指数概览（单位：%）

图表4 2007-2013年美国就业指数走势（单位：%）

图表5 2008-2013年欧元区PMI走势（单位：%）

图表6 2010-2013年欧元区核心国家PMI走势（单位：%）

图表7 1999-2013年欧元区基准利率走势（单位：%）

图表8 2006-2013年中国国内生产总值同比增长速度（单位：亿元，%）

图表9 2006-2013年中国全部工业增加值及其增速（单位：亿元，%）

图表10 2006-2013年全社会固定资产投资及其增速（单位：亿元，%）

图表11 2013-2013年中国制造业PMI走势图（单位：%）

图表12 2013-2013年中国非制造业商务活动指数走势图（单位：%）

图表13 2006-2013年中国城镇居民人均可支配收入（单位：元）

图表14 2006-2013年农村居民人均纯收入（单位：元）

图表15 2006-2013年社会消费品零售总额及增速（单位：万亿元，%）

图表16 2007-2013年我国户外广告投放额（单位：亿元）

图表17 户外广告投放额前二十的企业（单位：百万元，%）

图表18 户外广告各行业投放情况（单位：亿元）

图表19 各类型广告公司盈利能力

图表文摘载入中&hellip;

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/242185.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](http://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。