



艾凯咨询
ICAN Consulting

2017-2022年中国光电广告产业发展现状及市场监测报告

一、调研说明

《2017-2022年中国光电广告产业发展现状及市场监测报告》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/283918.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

报告目录:

第一章 光电广告相关概述

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 光电广告的定义及优势

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

第三节 光电广告制作工艺

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

第二章 2013-2016年4季度中国光电广告业行业发展环境分析

第一节 经济环境分析

- 一、社会消费品市场零售总额
- 二、国内生产总值GDP
- 三、城市化发展状况

第二节 光电广告业社会环境分析

- 一、居民消费水平分析
- 二、工业发展形势分析
- 三、居民家庭可支配收入和恩格尔系数
- 四、国内外贸易状况

第三章 2013-2016年4季度广告行业发展剖析

第一节2013-2016年4季度世界广告行业发展状况

- 一、全球广告行业发展概况
- 二、2016年世界广告市场规模分析
- 三、2016年全球移动广告市场发展分析
- 四、2016年全球广告市场运行情况
- 五、2016年未来全球广告市场发展形势

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、中国广告业的市场环境分析
- 三、中国光电广告业的基本情况分析
- 四、中国光电广告行业展受益政策支持
- 五、中国本土光电广告公司的SWOT分析

第三节2013-2016年4季度中国广告行业发展状况

- 一、2016年中国广告行业发展态势良好
- 二、2016年中国广告市场运行状况分析
- 三、2016年广告业发展的政策环境分析

第四节中国光电广告业发展存在的问题及对策分析

- 一、中国光电广告业发展中的突出问题
- 二、中国光电广告在全球经济时代的发展症结
- 三、阻碍中国光电广告行业发展的因素解析
- 四、中国光电广告行业发展面临的任务
- 五、中国光电广告行业要实行集团化发展

第五节中国广告产业“十二五”规划回顾

- 一、面临的机遇
- 二、指导思想与基本原则
- 三、规划目标
- 四、重点任务
- 五、政策措施

第四章 2013-2016年4季度光电广告业发展分析

第一节世界光电广告发展概况

- 一、国际光电广告发展历史
- 二、全球光电广告市场发展态势

第二节2013-2016年4季度部分国家光电广告的发展

一、美国

二、日本

三、法国

第三节2013-2016年4季度中国光电广告行业分析

一、中国光电广告行业发展现状

二、中国光电广告行业走向合众发展阶段

三、2015年中国光电广告行业发展状况

四、2016年中国光电广告市场分析

第四节2013-2016年4季度中国部分地区光电广告的发展

一、北京

二、上海

三、广州

四、深圳

第五节中国光电广告业发展机遇分析

一、受众生活方式转变赋予光电广告更多传播空间

二、城市理念发展变革助推光电广告业优化转型

三、新农村与城镇化建设提升光电广告市场巨大空间

四、科技创新及应用推动光电广告进入全新发展阶段

五、市场开放推进光电广告业优化资源配置

第六节中国光电广告的相关政策分析

一、法律因素在光电广告发展中的作用

二、光电广告的设置与空间权的归属

三、光电广告登记的法律问题剖析

四、光电广告规范与发展的法律策略分析

第七节中国光电广告业发展的问题与对策

一、制约我国光电广告发展的瓶颈

二、中国光电广告行业发展的忧虑

三、农村光电广告资源亟待开发

四、光电广告业发展存在的问题及对策

五、推动国内光电广告业发展的建议

第五章 2013-2016年4季度中国光电广告行业规模分析

第一节2010-2015年光电广告行业市场规模

一、2010-2015年光电广告行业市场规模及增长

二、2016年光电广告行业市场需求结构

三、2016年光电广告行业地区结构

第二节2010-2016年4季度光电广告行业产值规模

一、2010-2016年4季度光电广告行业产值规模及增长

二、2016年光电广告行业不同应用领域产值分布

第六章 2013-2016年4季度中国光电广告受众及投放分析

第一节光电广告的投放原因及特点

一、投放光电广告的原因

二、光电广告在媒体领域地位

三、光电广告是具有高接受度的广告形式

四、光电广告的喜好度存在着地区的差异性

第二节光电广告受众分析

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、受众接触最多的广告类型

第三节2015年中国光电广告投放状况分析

一、2015年光电广告总体投放概况

二、2015年光电广告投放形势分析

第四节2016年中国光电广告投放状况分析

一、2016年重点行业光电广告投放状况

二、2016年购物中心光电广告投放状况

三、2016年旅游行业光电广告投放形势

四、2016年住宅类光电广告投放状况

五、2016年城市交通领域光电广告投放状况

第五节影响光电广告投放的要素分析

一、影响光电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、媒体组合能提高光电广告可信度

四、消费热点决定记忆程度

第七章2012-2016年4季度猪肉连锁零售业行业总体发展状况

第一节光电广告行业盈利能力分析

第二节光电广告行业偿债能力分析

第三节光电广告行业营运能力分析

第四节光电广告行业发展能力分析

第八章 2013-2016年4季度光电广告主要形式

第一节路牌广告

一、路牌广告是最为典型的光电广告形式

二、路牌广告的优势

三、路牌广告的作用及影响力

四、路牌光电广告关注度最高

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、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、2016年户外电子屏广告市场整体概况

三、2016年户外电子屏广告主要细分市场分析

- 四、2016年LED户外电子屏广告市场分析
- 五、2016年户外电子屏广告市场运行简况
- 六、公交地铁移动电视广告市场反响良好

第六节机场光电广告

- 一、机场光电广告的优势
- 二、机场光电广告的核心价值分析
- 三、中国机场光电广告的特点
- 四、中国机场光电广告的状况
- 五、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

第九章 2013-2016年4季度光电广告行业重点企业分析

第一节清晰频道户外控股公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经营优劣势分析

第二节德高集团（JCDECAUX）

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经营优劣势分析

第三节TOM集团有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经营优劣势分析

第四节白马户外媒体有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经营优劣势分析

第五节大贺传媒股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第六节分众传媒控股有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第七节成都博瑞传播股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第十章 光电广告投资与发展趋势分析

第一节光电广告投资潜力及建议

一、光电广告受风投青睐

二、中国光电广告投资前景看好

三、光电广告行业的投资建议

第二节2017-2022年中国光电广告行业市场规模预测

一、影响中国光电广告行业市场因素分析

二、2017-2022年中国广告行业市场规模预测

三、2017-2022年中国广告行业产值规模预测

三、2017-2022年中国光电广告投放总额预测

第三节中国光电广告行业发展趋势

一、中国光电广告发展的趋势展望

二、光电广告未来的十大趋向分析

三、光电广告竞争焦点将转向二三线城市

四、D技术将广泛运用于光电广告领域

第四节各类型光电广告未来发展分析

一、霓虹灯广告应用前景广泛

二、灯箱广告市场潜力巨大

三、LED光电广告发展前景预测

四、公交地铁电子屏广告市场发展趋势

五、中国机场光电广告的发展趋势

第十一章光电广告行业市场竞争策略分析

第一节光电广告行业竞争结构分析

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析
- 四、供应商议价能力
- 五、客户议价能力

第三节光电广告行业企业竞争策略分析

- 一、提高企业核心竞争力的对策
- 二、影响企业核心竞争力的因素及提升途径
- 三、提高企业竞争力的点评

第十二章光电广告行业区域竞争格局

第一节一线城市

- 一、光电广告行业发展状况
- 二、该地区光电广告行业发展存在的问题
- 三、一线城市受众分析
- 四、一线城市需求市场结构分析

第二节二线城市

- 一、光电广告行业发展状况
- 二、该地区光电广告行业发展存在的问题
- 三、二线城市受众分析
- 四、二线城市需求市场结构分析

第三节三四线城市

- 一、光电广告行业发展状况
- 二、该地区光电广告行业发展存在的问题
- 三、三四线城市受众分析
- 四、三四线城市需求市场结构分析

第十三章2017-2022年光电广告业风险及投资分析

第一节2017-2022年光电广告业风险及投资分析

- 一、竞争风险
- 二、政策风险分析
- 三、原材料风险分析

四、替代品风险分析

第二节光电广告业营销策略分析及建议

一、营销模式

二、营销策略

第三节光电广告业重点客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、对重点客户的营销策略

四、强化重点客户的管理（AKLT）

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/283918.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提供专业投资咨询报告、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。