

2020-2025年中国公交广告行业发展潜力分析及投资方向研究报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2020-2025年中国公交广告行业发展潜力分析及投资方向研究报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。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态势、市场商机动向、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市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/detail/493593.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.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、报告目录及图表目录

一、 认知率和接受频率较高。二、 具有提示（提醒）作用。三、 投入少，效果好。四、 广告作用时间长。五、 灵活性强。六、 大众化的宣传媒介。七、 一定的环境美化作用。

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。

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 中国户外广告所属行业发展分析

- 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 公交车身广告市场分析

- 3.1 公交车身广告定义及特点
 - 3.1.1 公交车身广告定义
 - 3.1.2 公交车身广告特点
 - 3.1.3 公交车身广告优势
- 3.2 公交车身广告市场现状分析
 - 3.2.1 公交车身广告市场规模
 - 3.2.2 公交车身广告市场竞争情况
 - 3.2.3 公交车身广告区域市场情况
- 3.3 公交车身广告投放情况分析
 - 3.3.1 公交车身广告投放行业分析
 - 3.3.2 公交车身广告投放品牌分析

3.4 公交车身广告投放效果分析

3.4.1 公交车身广告投放效果影响因素

3.4.2 公交车身广告投放效果评测分析

3.4.3 公交车身广告投放效果预测

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 3：2019年美国制造业PMI分项指数概览（单位：%）

图表 4：2015-2019年美国就业指数走势（单位：%）

图表 5：2015-2019年欧元区PMI走势（单位：%）

图表 6：2015-2019年欧元区核心国家PMI走势（单位：%）

图表 7：2015-2019年欧元区基准利率走势（单位：%）

图表 8：2015-2019年中国国内生产总值同比增长速度（单位：亿元，%）

图表 9：2015-2019年中国全部工业增加值及其增速（单位：亿元，%）

图表 10：2015-2019年全社会固定资产投资及其增速（单位：亿元，%）

图表 11：2015-2019年中国制造业PMI走势图（单位：%）

图表 12：2015-2019年中国非制造业商务活动指数走势图（单位：%）

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/493593.html>