

2008-2009年中国户外广告 市场分析及投资前景预测报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2008-2009年中国户外广告市场分析及投资前景预测报告》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/200812/7834.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

第一章 2008年中国广告业发展环境分析

一、2008年中国经济发展环境分析

- (一) 2008年前三季度经济运行情况
- (二) 全球金融危机对中国产业格局影响
- (三) 中国应对金融危机的措施

二、2008年中国广告业发展政策环境分析

- (一) 政策逐步放开
- (二) 工商总局的广告专项整治
- (三) 手机广告标准出台
- (四) 药品保健食品广告监管新制度
- (五) 中国户外广告的相关政策分析

三、2008年中国广告业发展社会环境分析

- (一) 广告业信任危机
- (二) 广告长城奖反映创意趋势
- (三) 中国传统文化对广告业的影响

第二章 广告相关概述

一、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

二、户外广告

- (一) 户外广告的概念
- (二) 户外广告的划分
- (三) 户外广告的主要功能
- (四) 户外广告媒体
- (五) 户外广告的美学特征

三、户外广告制作

- (一) 户外广告制作的设备及工艺
- (二) 户外广告牌面的照明工程设计步骤

- (三) 户外广告制作的规范化
- (四) 户外广告画面制作技巧及注意事项

第三章 2008年全球广告业发展综述分析

一、2008年全球广告业发展状况分析

- (一) 全球广告业发展规模分析
- (二) 全球广告业发展特点分析
- (三) 全球广告业发展存在的问题分析

二、2008年全球广告业市场动态分析

- (一) 需求结构分析
- (二) 技术发展分析
- (二) 企业竞争分析

三、2009-2012年全球广告业发展趋势分析

- (一) 全球广告发展新趋势变化
- (二) 虚拟全球广告发展前景分析

第四章 2008年全球主要国家广告业发展态势分析

一、2008年美国广告业发展态势分析

- (一) 美国广告市场发展状况
- (二) 美国互联网广告市场发展分析
- (三) 动画渐成美国网络广告主角
- (四) 美国报纸广告分类及运作探析

二、2008年日本广告业发展形势分析

- (一) 日本媒体广告发展概况
- (二) 日本广告市场发展新格局
- (三) 日本互联网广告发展状况及问题分析

三、2008年欧洲广告业发展动态分析

- (一) 英网络广告业超美国排全球第一
- (二) 法国加强对媒体实施监督
- (三) 欧盟加紧对烟草广告进行管理

第五章 2008年全球户外广告业行业发展形势分析

- 一、2008年全球户外广告业发展状况分析
 - (一) 美国户外广告业技术发展分析
 - (二) 日本户外广告业发展特色分析
 - (三) 俄罗斯户外广告业发展问题分析
- 二、2008年全球户外广告市场需求状况分析
 - (一) 全球户外广告市场需求量统计分析
 - (二) 全球户外广告策划分析
 - (三) 国外企业纷纷进军中国市场
 - (四) 全球户外广告业竞争激烈分析
- 三、2009-2012年全球户外广告市场发展趋势分析

第六章 2008年中国广告行业发展概况分析

- 一、2008年中国广告行业综合状况分析
 - (一) 中国本土广告业发展现状
 - (二) 中国广告产业在外资重压下发展
 - (三) 中国本土广告公司的SWOT分析
 - (四) 国家政策促进广告业发展
- 二、2008年中国广告业发展存在的问题分析
 - (一) 中国广告业发展的忧虑
 - (二) 广告业的市场壁垒效应分析
 - (三) 中国广告产业危机存在“多米诺效应”
 - (四) 阻碍中国广告行业发展的四大问题解析
 - (五) 中国广告在全球经济时代的发展症结
 - (六) 新兴媒体侵占传统媒体广告空间
 - (七) 中国广告业的生存瓶颈问题解析
- 三、2008年中国广告业发展的对策分析
 - (一) 中国广告行业要实行集团化发展
 - (二) 中国广告教育需要新思维
 - (三) 要牢记广告的“根本”
 - (四) 广告目标受众问题对策解析
 - (五) 有效广告投放途径分析

第七章 2008年中国户外广告业发展概况分析

一、2008年中国户外广告行业状况分析

- (一) 户外广告的投放特点
- (二) 广告理性投放原则
- (三) 户外广告对城市文化的影响分析
- (四) 户外广告发展形式分析
- (五) 户外广告受宠的市场因素解析
- (六) 户外广告在飞速发展中日趋健全规范

二、2008年中国户外广告市场状况分析

- (一) 中国户外广告市场回顾
- (二) 户外广告备受资本市场追捧
- (三) 户外广告形式发展分析
- (四) 中国户外广告市场发展解析

三、2008年中国户外广告市场外资进入状况分析

- (一) 全球媒体抢滩中国户外广告市场
- (二) 维亚康姆强势进入中国户外广告市场
- (三) 郁金香传媒重资征战中国户外广告市场
- (四) 户外广告大佬德高实施大手笔并购

四、2008年中国户外广告业发展的问题与对策分析

- (一) 中国发展户外广告品牌的问题
- (二) 中国户外广告业应主动求变
- (三) 中国户外广告的媒体依托路线解析
- (四) 中国户外广告业面临三大挑战

第八章 2008年中国户外广告受众及投放状况分析

一、2008年中国户外广告的投放原因及特点分析

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

二、2008年中国户外广告受众生活形态及户外广告接触习惯分析

- (一) 受众日常生活的三分之一是在户外度过
- (二) 公交车是受众首选交通工具
- (三) 从接触频度看，户外广告已成为第三大广告媒体
- (四) 户外媒体的黄金时间是周末和上下班时间
- (五) 商业区仍是黄金地段，交通媒体潜力大
- (六) 车身广告是受众接触最多的广告类型

三、2008年中国户外广告受众的认知、态度及行为影响分析

- (一) 户外广告是具有高接受度的广告形式
- (二) 创意是吸引受众的最重要的要素
- (三) 媒体组合能提高户外广告可信度
- (四) 户外广告有很好的传播效果，尤其适宜宣传新产品上市及树立品牌或企业形象
- (五) 户外广告的喜好度存在着地区的差异性，发光、移动户外广告普遍受欢迎
- (六) 消费热点决定记忆程度，并呈现明显的性别差异

四、2008年中国户外广告受众的总体看法分析

- (一) 户外广告已获得消费者的充分肯定，仍需要提高规划水平
- (二) 管理维护存在问题，是制约户外广告发展的瓶颈

五、2008年影响中国户外广告投放的要素分析

- (一) 影响户外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) 媒体组合能提高户外广告可信度
- (四) 消费热点决定记忆程度

第九章 2008年中国户外广告主要形式分析

一、2008年中国路牌广告市场发展状况分析

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

二、2008年中国霓虹灯广告市场运行状况分析

- (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

三、2008年中国灯箱广告市场发展状态分析

(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

四、2008年中国公共交通广告市场运行态势分析

(一) 公共交通广告简介

(二) 车身广告简述

(三) 外资抢食公交广告市场

(四) 车体广告亟待规范

(五) 地铁户外数字广告市场分析

五、2008年中国户外电视广告市场发展局势分析

(一) 2008年中国楼宇/户外液晶广告市场状况

(二) 中国户外电视产业崛起

(三) 中国户外电视广告经营者营销手段解析

(四) 中国户外电视广告业面临洗牌

六、2008年中国机场户外广告市场发展情况分析

(一) 中国机场户外广告的现状

(二) 中国机场户外广告的特点

(三) 中国机场户外广告的发展趋势

(四) 中国机场媒体发展面临挑战和抉择

七、2008年中国三面翻广告市场运行状况分析

(一) 三面翻简介

(二) 中国三面翻行业竞争状况

(三) 中国三面翻市场问题

八、2008年中国其他户外广告形式发展态势分析

(一) POP广告简介

(二) 热气球广告的优势

(三) 社区广告直指传播终端

第十章 2008年中国户外广告业竞争态势分析

一、2008年中国各种广告形式市场竞争综合分析

(一) 中国电视广告市场竞争状况透析

(二) 报纸广告实施整合经营竞争策略

(三) 提高中国期刊竞争力的思考

(四) 奥运网络广告上演竞争大战

二、2008年中国户外广告业竞争状况分析

(一) 品牌竞争分析

(二) 价格竞争分析

(三) 竞争战略分析

三、2008年中国各大区域户外广告业竞争力比较分析

(一) 北京

(二) 上海

(三) 广东

四、2009-2012年中国户外广告业竞争态势预测分析

第十一章 中国户外广告重点企业分析

一、清晰频道户外广告公司 (Clear Channel Outdoor)

(一) 企业概况

(二) 企业财务分析

(三) 企业竞争力分析

二、德高集团 (JCDecaux)

(一) 企业概况

(二) 企业财务分析

(三) 企业竞争力分析

三、TOM集团有限公司

(一) 企业概况

(二) 企业财务分析

(三) 企业竞争力分析

四、白马户外媒体有限公司

(一) 企业概况

(二) 企业财务分析

(三) 企业竞争力分析

五、大贺传媒股份有限公司

(一) 企业概况

- (二) 企业财务分析
- (三) 企业竞争力分析

第十二章 2009-2012年中国户外广告投资与发展及投资分析

一、2009-2012年中国广告行业发展趋势分析

- (一) 中国广告业发展新动向分析
- (二) 二十一世纪广告业发展总体趋势展望
- (三) 广告业的娱乐发展趋势分析

二、2009-2012年中国户外广告发展趋势分析

- (一) 中国户外广告的发展趋势分析
- (二) 中国户外广告业的两极化趋势分析
- (三) 中国户外广告未来的十大趋势分析

三、2009-2012年中国户外广告市场趋势前景分析

- (一) 中国户外广告市场发展将日渐明朗
- (二) 户外广告市场潜力巨大
- (三) 中国户外广告一枝独秀

四、2009-2012年中国户外广告业投资机会分析

- (一) 中国户外广告投资前景好
- (二) 户外广告业投资空间大分析

五、2009-2012年中国户外广告业投资风险分析

图表目录（部分）：

图表：2006-2008年三季度中国GDP增长情况

图表：2008年前三季度中国三大产业结构

图表：2003-2008年中国工业增加值增长率

图表：2005-2008年中国固定资产投资及消费品零售增长情况

图表：2007年9月-2008年9月中国CPI、PPI走势

图表：2008年1-9月中国外贸增长情况

图表：2008年1-9月份我国部分行业调整变化（同比增长率%）

图表：2008年1-9月份我国周期性行业调整变化（同比增长率%）

图表：2008年1-9月份耐用消费类产业出现负增长（同比增长率%）

图表：近期公布的刺激经济的政策一览表

图表：提高出口退税率的清单

图表：略……

更多图表见报告正文

详细请访问：<http://www.cction.com/report/200812/7834.html>