

2016-2022年中国户外广告 市场监测及投资机遇预测报告

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

《2016-2022年中国户外广告市场监测及投资机遇预测报告》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/201601/129789.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

户外广告(outdoor advertising),泛指基于广告或宣传目的,而设置的户外广告物,常出现在交通流量较高的地区。常见的户外广告如:企业LED户外广告灯箱、高速公路的路边广告牌、霓虹灯广告牌、LED看板及安装在窗户上的多功能画蓬等,现在甚至有升空气球、飞艇等先进的户外广告形式。

报告目录:

第一部分 发展现状与前景分析 24

第一章 全球户外广告行业发展分析 24

第一节 国际广告行业发展状况 24

一、2014-2015年全球广告经营状况 24

二、2014年世界广告业排名状况分析 27

三、2015年世界广告业发展状况 28

第二节 世界户外广告行业市场情况 29

第二节 世界户外广告行业市场情况 29

一、2014年世界户外广告产业发展现状 29

二、2015年国际户外广告产业发展态势 29

三、2015年国际户外广告市场需求分析 29

四、2015年全球户外广告行业挑战与机会 29

第三节 部分国家地区户外广告行业发展状况 30

一、2014-2015年美国户外广告行业发展分析 30

二、2014-2015年欧洲户外广告行业发展分析 35

三、2014-2015年日本户外广告行业发展分析 36

四、2014-2015年韩国户外广告行业发展分析 37

第二章 我国户外广告行业发展现状 38

第一节 中国户外广告行业发展概述 38

一、中国户外广告发展历程 38

二、中国户外广告的产品类别 39

三、中国的户外广告产业的整合分析 42

四、跨行业合作形势下户外广告的优势 44

第二节 我国户外广告行业发展状况 45

一、2014年中国户外广告行业发展回顾 45

二、2014年户外广告行业发展情况分析 45

三、2014年我国户外广告市场特点分析 45

四、2015年我国户外广告市场发展分析 46

第三节 中国户外广告行业供需分析 54

一、2014年中国户外广告市场供给总量分析 54

二、2014年中国户外广告市场供给结构分析 54

三、2015年中国户外广告市场需求总量分析 55

四、2015年中国户外广告市场需求结构分析 55

五、2015年中国户外广告市场供需平衡分析 55

第三章 中国户外广告受众及投放分析 57

第一节 户外广告的投放原因及特点 57

一、投放户外广告的原因 57

二、户外广告已成为第三大广告媒体 57

三、户外广告是具有高接受度的广告形式 58

四、户外广告的喜好度存在着地区的差异性 59

五、管理维护存在问题是制约户外广告发展的瓶颈 60

第二节 户外广告受众分析 60

一、受众在户外度过的时间分析 60

二、受众交通工具的选择 61

三、受众接触户外媒体的黄金时间 62

四、受众接触户外媒体的黄金地段 62

五、车身广告是受众接触最多的广告类型 63

第三节 影响户外广告投放的要素分析 64

一、影响户外广告投放宏观因素分析 64

二、创意是吸引受众的最重要的要素 66

三、媒体组合能提高户外广告可信度 67

四、消费热点决定记忆程度 67

第四章 户外广告主要形式发展分析 69

第一节 路牌广告 69

一、路牌广告是最为典型的户外广告形式 69

二、路牌广告的优势 69

三、路牌户外广告关注度最高 70

四、2014年路牌广告发展分析 70

五、2015年路牌广告发展分析 71

第二节 霓虹灯广告 71

一、霓虹灯色彩价值及作用 71

二、霓虹灯广告牌质量状况分析 71

三、我国霓虹灯广告发展迅速 72

四、2014年霓虹灯广告发展分析 72

五、2015年霓虹灯广告发展分析 72

第三节 灯箱广告 74

一、灯箱广告概念 74

二、灯箱广告的类型 74

三、户外灯箱广告的特点和制作技术 75

四、灯箱广告图的工艺要求 76

五、2014-2015年灯箱广告发展分析 77

第四节 公共交通广告 77

一、公共交通广告简介 77

二、车身广告简述 77

三、外资抢食公交广告市场 78

四、车体广告亟待规范 78

五、地铁户外数字广告市场分析 79

六、2014-2015年车身广告发展分析 80

第五节 户外电视 81

一、2014-2015年中国楼宇/户外液晶广告市场状况 81

二、中国户外电视产业崛起 81

三、中国户外电视广告经营者营销手段解析 82

四、中国户外电视广告业面临洗牌 83

第六节 机场户外广告 84

- 一、中国机场户外广告的现状 84
- 二、中国机场户外广告的特点 85
- 三、中国机场户外广告的发展趋势 86
- 四、中国机场媒体发展面临挑战和抉择 87
- 五、2014-2015年机场广告发展分析 89

第七节 三面翻广告 89

- 一、三面翻简介 89
- 二、我国三面翻行业竞争状况 90
- 三、我国三面翻市场问题 90
- 四、2014年三面翻广告发展分析 91
- 五、2015年三面翻广告发展分析 91

第八节 其他户外广告形式 92

- 一、POP广告分析 92
- 二、热气球广告的优势 92
- 三、社区广告直指传播终端 92

第五章 中国户外广告行业区域市场分析 94

第一节 2013-2015年华东地区户外广告行业运行情况 94

- 一、华东地区户外广告行业产销分析 94
- 二、华东地区户外广告行业盈利能力分析 94
- 三、华东地区户外广告行业偿债能力分析 95
- 四、华东地区户外广告行业营运能力分析 96

第二节 2013-2015年华南地区户外广告行业运行情况 97

- 一、华南地区户外广告行业产销分析 97
- 二、华南地区户外广告行业盈利能力分析 98
- 三、华南地区户外广告行业偿债能力分析 98
- 四、华南地区户外广告行业营运能力分析 100

第三节 2013-2015年华中地区户外广告行业运行情况 100

- 一、华中地区户外广告行业产销分析 100
- 二、华中地区户外广告行业盈利能力分析 101
- 三、华中地区户外广告行业偿债能力分析 101
- 四、华中地区户外广告行业营运能力分析 103

第四节 2013-2015年华北地区户外广告行业运行情况 104

一、华北地区户外广告行业产销分析 104

二、华北地区户外广告行业盈利能力分析 104

三、华北地区户外广告行业偿债能力分析 105

四、华北地区户外广告行业营运能力分析 106

第五节 2013-2015年西北地区户外广告行业运行情况 107

一、西北地区户外广告行业产销分析 107

二、西北地区户外广告行业盈利能力分析 107

三、西北地区户外广告行业偿债能力分析 108

四、西北地区户外广告行业营运能力分析 109

第六节 2013-2015年西南地区户外广告行业运行情况 110

一、西南地区户外广告行业产销分析 110

二、西南地区户外广告行业盈利能力分析 111

三、西南地区户外广告行业偿债能力分析 111

四、西南地区户外广告行业营运能力分析 113

第七节 2013-2015年东北地区户外广告行业运行情况 113

一、东北地区户外广告行业产销分析 113

二、东北地区户外广告行业盈利能力分析 114

三、东北地区户外广告行业偿债能力分析 115

四、东北地区户外广告行业营运能力分析 116

第六章 户外广告行业投资与发展前景分析 118

第一节 2015年三季度户外广告行业投资情况分析 118

一、2015年三季度总体投资结构 118

二、2015年三季度投资规模情况 118

三、2015年三季度投资增速情况 119

四、2015年三季度分行业投资分析 119

五、2015年三季度分地区投资分析 120

第二节 户外广告行业投资机会分析 121

一、户外广告投资项目分析 121

二、可以投资的户外广告模式 122

三、2015年户外广告投资机会 122

- 四、2015年户外广告细分行业投资机会 123
- 五、2015年户外广告投资新方向 124
- 第三节 户外广告行业发展前景分析 124
 - 一、户外广告市场前景分析 124
 - 二、我国户外广告市场蕴藏的商机 125
 - 三、金融危机下户外广告市场的发展前景 126
 - 四、2014-2015年户外广告市场面临的发展商机 128

第二部分 市场竞争格局与形势 129

第七章 户外广告行业竞争格局分析 129

第一节 户外广告行业集中度分析 129

- 一、户外广告市场集中度分析 129
- 二、户外广告企业集中度分析 129
- 三、户外广告区域集中度分析 129

第二节 户外广告行业主要企业竞争力分析 130

- 一、重点企业资产总计对比分析 130
- 二、重点企业产值利税对比分析 131
- 三、重点企业全年营业收入对比分析 131
- 四、重点企业利润总额对比分析 132

五、重点企业综合竞争力对比分析 133

第三节 户外广告行业竞争格局分析 134

- 一、2014年户外广告行业竞争分析 134
- 二、2014年中外户外广告产品竞争分析 134
- 三、2014-2015年国内外户外广告竞争分析 135
- 四、2014-2015年我国户外广告市场竞争分析 135
- 五、2014-2015年我国户外广告市场集中度分析 135
- 六、2014-2015年国内主要户外广告企业动向 135

第八章 2014-2015年中国户外广告行业发展形势分析 137

第一节 户外广告行业发展概况 137

- 一、户外广告行业发展特点分析 137
- 二、户外广告行业投资现状分析 138

- 三、户外广告行业总产值分析 138
- 四、户外广告行业技术发展分析 139
- 第二节 2014-2015年户外广告行业市场情况分析 140
 - 一、户外广告行业市场发展分析 140
 - 二、户外广告市场存在的问题 141
 - 三、户外广告市场规模分析 141
- 第三节 2014-2015年户外广告供需状况分析 147
 - 一、户外广告供给分析 147
 - 二、户外广告需求分析 148
 - 三、户外广告市场供需状况分析 149

第三部分 赢利水平与企业分析 150

第九章 中国户外广告行业整体运行指标分析 150

第一节 2015年中国户外广告行业总体规模分析 150

- 一、企业数量结构分析 150
- 二、行业生产规模分析 150

第二节 2015年中国户外广告行业产销分析 150

- 一、行业生产情况总体分析 150
- 二、行业销售收入总体分析 151

第三节 2015年年中国户外广告行业财务指标总体分析 152

- 一、行业盈利能力分析 152
- 二、行业偿债能力分析 153
- 三、行业营运能力分析 155
- 四、行业发展能力分析 155

第十章 户外广告行业赢利水平分析 157

第一节 成本分析 157

- 一、2014-2015年户外广告成本价格走势 157
- 二、2014-2015年户外广告行业人工成本分析 158

第二节 盈利水平分析 160

- 一、2014-2015年户外广告行业价格走势 160
- 二、2014-2015年户外广告行业营业收入情况 161

- 三、2014-2015年户外广告行业毛利率情况 162
- 四、2014-2015年户外广告行业赢利能力 163
- 五、2014-2015年户外广告行业赢利水平 163
- 六、2014-2015年户外广告行业赢利预测 164

第十一章 户外广告行业盈利能力分析 167

第一节 2015年中国户外广告行业利润总额分析 167

- 一、利润总额分析 167
- 二、不同规模企业利润总额比较分析 168
- 三、不同所有制企业利润总额比较分析 168

第二节 2015年中国户外广告行业销售利润率 169

- 一、销售利润率分析 169
- 二、不同规模企业销售利润率比较分析 170
- 三、不同所有制企业销售利润率比较分析 171

第三节 2015年中国户外广告行业总资产利润率分析 172

- 一、总资产利润率分析 172
- 二、不同规模企业总资产利润率比较分析 173
- 三、不同所有制企业总资产利润率比较分析 174

第四节 2015年中国户外广告行业产值利税率分析 175

- 一、产值利税率分析 175
- 二、不同规模企业产值利税率比较分析 175
- 三、不同所有制企业产值利税率比较分析 176

第十二章 户外广告重点企业发展分析 177

第一节 清晰频道户外广告公司 177

- 一、企业概况 177
- 二、2015年经营状况 177
 - (一) 企业偿债能力分析 177
 - (二) 企业运营能力分析 179
- 三、2014-2015年盈利能力分析 182
- 四、2014-2015年投资风险 183

第二节 德高集团 183

一、企业概况	183
二、2015年经营状况	184
(一) 企业偿债能力分析	184
(二) 企业运营能力分析	187
三、2014-2015年盈利能力分析	190
四、2014-2015年投资风险	191
第三节 TOM集团有限公司	192
一、企业概况	192
二、2015年经营状况	192
(一) 企业偿债能力分析	192
(二) 企业运营能力分析	195
三、2014-2015年盈利能力分析	198
四、2014-2015年投资风险	199
第四节 白马户外媒体有限公司	199
一、企业概况	199
二、2015年经营状况	200
(一) 企业偿债能力分析	200
(二) 企业运营能力分析	202
三、2014-2015年盈利能力分析	205
四、2014-2015年投资风险	206
第五节 大贺传媒股份有限公司	207
一、企业概况	207
二、2015年经营状况	208
(一) 企业偿债能力分析	208
(二) 企业运营能力分析	210
三、2014-2015年盈利能力分析	213
四、2014-2015年投资风险	214

第四部分 投资策略与风险预警 215

第十三章 户外广告行业投资策略分析 215

第一节 行业发展特征 215

一、行业的周期性 215

二、行业的区域性	215
三、行业的上下游	216
四、行业经营模式	216
第二节 行业投资形势分析	217
一、行业发展格局	217
二、行业进入壁垒	218
三、行业SWOT分析	218
四、行业五力模型分析	219
第三节 户外广告行业投资效益分析	221
一、2015年户外广告行业投资状况分析	221
二、2015年户外广告行业投资效益分析	222
三、2014-2015年户外广告行业投资方向	223
四、2014-2015年户外广告行业投资建议	223
第四节 户外广告行业投资策略研究	224
一、2014年户外广告行业投资策略	224
二、2015年户外广告行业投资策略	225
三、2014-2015年户外广告行业投资策略	225
四、2014-2015年户外广告细分行业投资策略	226

第十四章 户外广告行业投资风险预警 228

第一节 影响户外广告行业发展的主要因素	228
一、2015年影响户外广告行业运行的有利因素	228
二、2015年影响户外广告行业运行的稳定因素	228
三、2015年影响户外广告行业运行的不利因素	229
四、2015年我国户外广告行业发展面临的挑战	229
五、2015年我国户外广告行业发展面临的机遇	229
第二节 户外广告行业投资风险预警	230
一、2014-2015年户外广告行业市场风险预测	230
二、2014-2015年户外广告行业政策风险预测	230
三、2014-2015年户外广告行业经营风险预测	231
四、2014-2015年户外广告行业技术风险预测	231
五、2014-2015年户外广告行业竞争风险预测	231

六、2014-2015年户外广告行业其他风险预测 232

第五部分 发展趋势与规划建议 233

第十五章 户外广告行业发展趋势分析 233

第一节 2014-2015年中国户外广告市场趋势分析 233

一、2014-2015年我国户外广告市场趋势总结 233

二、2014-2015年我国户外广告发展趋势分析 233

第二节 2014-2015年户外广告产品发展趋势分析 235

一、2014-2015年户外广告产品技术趋势分析 235

二、2014-2015年户外广告产品价格趋势分析 235

第三节 2014-2015年中国户外广告行业供需预测 236

一、2014-2012年中国户外广告供给预测 236

二、2014-2015年中国户外广告需求预测 237

三、2014-2015年中国户外广告价格预测 238

第四节 2014-2015年户外广告行业规划建议 239

一、户外广告行业“十二五”整体规划 239

二、户外广告行业“十三五”发展预测 240

三、2014-2015年户外广告行业规划建议 240

第十六章 户外广告企业管理策略建议 242

第一节 市场策略分析 242

一、户外广告价格策略分析 242

二、户外广告渠道策略分析 242

第二节 销售策略分析 243

一、媒介选择策略分析 243

二、产品定位策略分析 244

三、企业宣传策略分析 246

第三节 提高户外广告企业竞争力的策略 249

一、提高中国户外广告企业核心竞争力的对策 249

二、户外广告企业提升竞争力的主要方向 250

三、影响户外广告企业核心竞争力的因素及提升途径 251

四、提高户外广告企业竞争力的策略 251

第四节 对我国户外广告品牌的战略思考 252

一、户外广告实施品牌战略的意义 252

二、户外广告企业品牌的现状分析 253

三、我国户外广告企业的品牌战略 254

四、户外广告品牌战略管理的策略 256

图表目录：

图表 1 2015年美国各类别广告支出增长率数据 24

图表 2 2014年全球主要媒体广告市场份额 25

图表 3 200年全球主要地区广告市场份额 26

图表 4 2001-2013年中美日广告市场规模对比 26

图表 5 2014年各国人家广告费用比较 27

图表 6 2003-2014年美国互联网广告市场规模增长趋势图 31

图表 7 2014H1-2015H1美国网络广告收入规模及增长状况 32

图表 8 2015年1-10月与7-10月美国广告主广告预算调整情况对比 33

图表 9 2014-2013年英国网络广告投入规模增长情况 33

图表 10 2014-2012年英国网络广告支出规模 34

图表 11 户外广告行业生命周期 39

图表 12 户外广告产业链分析 43

图表 13 2015年第三季度笔记本电脑品牌广告主投放费用TOP10 47

图表 14 2015年第三季度食品饮料类品牌广告主投放费用TOP10 48

图表 15 2015年1-10月中国网络品牌广告投放费用及增长率 48

图表 16 2015年10月热门行业品牌广告预估费用排行 48

图表 17 2013Q3-2015Q3中国网络广告市场规模 49

图表 18 2014Q1-2015Q3中国主要形式网络广告市场规模比重 50

图表 19 2014Q3-2015Q3中国主要行业网络广告投放费用TOP10 51

图表 20 2003-2015年前三季度单个广告主平均投放费用趋势 52

图表 21 2014年Q1-Q3与2015年Q1-Q3各行业单个广告主投放费用比较 53

图表 22 2004-2015年我国户外广告工业总产值及增长情况 54

图表 23 2013-2015年华东地区户外广告行业盈利能力对比图 94

图表 24 2013-2015年华东地区户外广告行业资产负债率对比图 95

图表 25 2013-2015年华东地区户外广告行业负债与所有者权益比率对比图 96

图表 26 2013-2015年华东地区户外广告行业营运能力对比图 97

图表 27 2013-2015年华南地区户外广告行业盈利能力对比图 98

图表 28 2013-2015年华南地区户外广告行业资产负债率对比图 99

图表 29 2013-2015年华南地区户外广告行业负债与所有者权益比率对比图 99

图表 30 2013-2015年华南地区户外广告行业营运能力对比图 100

图表 31 2013-2015年华中地区户外广告行业盈利能力对比图 101

图表 32 2013-2015年华中地区户外广告行业资产负债率对比图 102

图表 33 2013-2015年华中地区户外广告行业负债与所有者权益比率对比图 102

图表 34 2013-2015年华中地区户外广告行业营运能力对比图 103

图表 35 2013-2015年华北地区户外广告行业盈利能力对比图 104

图表 36 2013-2015年华北地区户外广告行业资产负债率对比图 105

图表 37 2013-2015年华北地区户外广告行业负债与所有者权益比率对比图 105

图表 38 2013-2015年华北地区户外广告行业营运能力对比图 106

图表 39 2013-2015年西北地区户外广告行业盈利能力对比图 108

图表 40 2013-2015年西北地区户外广告行业资产负债率对比图 108

图表 41 2013-2015年西北地区户外广告行业负债与所有者权益比率对比图 109

图表 42 2013-2015年西北地区户外广告行业营运能力对比图 110

图表 43 2013-2015年西南地区户外广告行业盈利能力对比图 111

图表 44 2013-2015年西南地区户外广告行业资产负债率对比图 112

图表 45 2013-2015年西南地区户外广告行业负债与所有者权益比率对比图 112

图表 46 2013-2015年西南地区户外广告行业营运能力对比图 113

图表 47 2013-2015年东北地区户外广告行业盈利能力对比图 114

图表 48 2013-2015年东北地区户外广告行业资产负债率对比图 115

图表 49 2013-2015年东北地区户外广告行业负债与所有者权益比率对比图 115

图表 50 2013-2015年东北地区户外广告行业营运能力对比图 116

图表 51 2014年户外广告投资结构 118

图表 52 2004-2015年我国户外广告资产总计及增长对比 118

图表 53 2015年1-6月我国不同所有制企业固定资产投资增速情况 119

图表 54 2015年1-6月我国户外广告细分行业企业固定资产投资增速情况 120

图表 55 2015年1-6月我国户外广告行业分地区固定资产投资增速情况 120

图表 56 2004-2015年10月我国户外广告行业规模以上企业不同规模企业总资产周转率 130

图表 57 2004-2015年10月我国户外广告行业规模以上企业不同规模企业总资产周转率对比图

图表 58 2004-2014年我国户外广告行业规模以上企业不同规模企业产值利税率 131

图表 59 2004-2015年10月我国户外广告行业规模以上企业不同所有制企业销售毛利率 131

图表 60 2004-2015年10月我国户外广告行业规模以上企业不同所有制企业销售毛利率对比图 131

图表 61 2004-2015年10月我国户外广告行业规模以上企业不同规模企业销售利润率 132

图表 62 2004-2015年10月我国户外广告行业规模以上企业不同规模企业销售利润率对比图 132

图表 63 2004-2015年10月我国户外广告行业规模以上企业不同规模企业总资产利润率 133

图表 64 2004-2015年10月我国户外广告行业规模以上企业不同规模企业总资产利润率对比图 133

图表 65 2004-2015年我国户外广告资产总计及增长情况 138

图表 66 2004-2015年我国户外广告工业总产值及增长对比 138

图表 67 北京市场户外广告月投放对比 142

图表 68 上海户外广告月投放对比 142

图表 69 广州广告月投放对比 142

图表 70 2015年1-10月北京户外广告媒体类型同期对比 143

图表 71 2015年1-10月上海户外广告媒体类型同期对比 144

图表 72 2015年1-10月广州广告媒体类型同期对比 144

图表 73 北京外广告前十行业同期对比 146

图表 74 上海外广告前十行业同期对比 146

图表 75 广州外广告前十行业同期对比 146

图表 76 2004-2015年我国户外广告市场规模及增长情况 148

图表 77 2004-2015年我国户外广告市场规模及增长对比 148

图表 78：2015年第1季度户外电子屏广告市场终端细分市场 151

图表 79 2004-2015年我国户外广告销售收入及增长情况 152

图表 80 2013-2015年中国户外广告行业盈利能力对比图 152

图表 81 2013-2015年中国户外广告行业资产负债率对比图 153

图表 82 2013-2015年中国户外广告行业负债与所有者权益比率对比图 154

图表 83 2013-2015年中国户外广告行业营运能力对比图 155

图表 84 2004-2015年10月我国户外广告行业不同规模企业总资产周转率 155

图表 85 2004-2015年10月我国户外广告行业不同规模企业总资产周转率对比图 156

图表 86 2004-2015年我国户外广告销售收入及增长对比 161

图表 87 2004-2015年我国户外广告行业销售毛利率 162

图表 88 2004-2015年我国户外广告行业规模企业销售毛利率增长趋势图 162

图表 89 2004-2015年我国户外广告利润总额及增长情况 163

图表 90 2004-2015年10月我国户外广告行业不同规模企业销售毛利率 163

图表 91 2004-2015年10月我国户外广告行业不同规模企业销售毛利率对比图 163

图表 92 2014-2015年我国户外广告行业利润总额预测图 164

图表 93 2004-2015年我国户外广告行业利润总额 167

图表 94 2004-2015年我国户外广告行业规模企业利润总额增长趋势图 167

图表 95 2004-2015年10月我国户外广告行业不同规模企业利润总额（亿元） 168

图表 96 2015年10月底我国户外广告行业不同规模企业利润总额分布图 168

图表 97 2004-2015年10月我国户外广告行业不同所有制企业利润总额 168

图表 98 2015年10月底我国户外广告行业不同所有制企业利润总额分布图 169

图表 99 2004-2015年我国户外广告行业销售利润率 169

图表 100 2004-2015年我国户外广告行业规模企业销售利润率增长趋势图 170

图表 101 2004-2015年10月我国户外广告行业不同规模企业销售利润率 170

图表 102 2004-2015年10月我国户外广告行业不同规模企业销售利润率对比图 170

图表 103 2004-2015年10月我国户外广告行业不同所有制企业销售利润率 171

图表 104 2004-2015年10月我国户外广告行业不同所有制企业销售利润率对比图 171

图表 105 2004-2015年我国户外广告行业总资产利润率 172

图表 106 2004-2015年我国户外广告行业规模企业总资产利润率增长趋势图 172

图表 107 2004-2015年10月我国户外广告行业不同规模企业总资产利润率 173

图表 108 2004-2015年10月我国户外广告行业不同规模企业总资产利润率对比图 173

图表 109 2004-2015年10月我国户外广告行业不同所有制企业总资产利润率 174

图表 110 2004-2015年10月我国户外广告行业不同所有制企业总资产利润率对比图 174

图表 111 2004-2015年我国户外广告行业产值利税率 175

图表 112 2004-2015年我国户外广告行业规模企业产值利税率增长趋势图 175

图表 113 2004-2014年我国户外广告行业不同规模企业产值利税率 175

图表 114 2004-2014年我国户外广告行业不同所有制企业产值利税率 176

图表 115 近3年清晰频道户外广告公司资产负债率变化情况 178

图表 116 近3年清晰频道户外广告公司产权比率变化情况 179

图表 117 近3年清晰频道户外广告公司固定资产周转次数情况 180

图表 118 近3年清晰频道户外广告公司流动资产周转次数变化情况 180

图表 119 近3年清晰频道户外广告公司总资产周转次数变化情况 181

图表 120 近3年清晰频道户外广告公司销售毛利率变化情况 182

图表 121 近3年德高中国集团资产负债率变化情况 184

图表 122 近3年德高中国集团产权比率变化情况 185

图表 123 近3年德高中国集团已获利息倍数变化情况 186

图表 124 近3年德高中国集团固定资产周转次数情况 187

图表 125 近3年德高中国集团流动资产周转次数变化情况 188

图表 126 近3年德高中国集团总资产周转次数变化情况 189

图表 127 近3年德高中国集团销售毛利率变化情况 190

图表 128 近3年TOM集团有限公司资产负债率变化情况 193

图表 129 近3年TOM集团有限公司产权比率变化情况 193

图表 130 近3年TOM集团有限公司已获利息倍数变化情况 194

图表 131 近3年TOM集团有限公司固定资产周转次数情况 195

图表 132 近3年TOM集团有限公司流动资产周转次数变化情况 196

图表 133 近3年TOM集团有限公司总资产周转次数变化情况 197

图表 134 近3年TOM集团有限公司销售毛利率变化情况 198

图表 135 近3年白马户外媒体有限公司资产负债率变化情况 200

图表 136 近3年白马户外媒体有限公司产权比率变化情况 201

图表 137 近3年白马户外媒体有限公司已获利息倍数变化情况 202

图表 138 近3年白马户外媒体有限公司固定资产周转次数情况 203

图表 139 近3年白马户外媒体有限公司流动资产周转次数变化情况 204

图表 140 近3年白马户外媒体有限公司总资产周转次数变化情况 205

图表 141 近3年白马户外媒体有限公司销售毛利率变化情况 206

图表 142 近3年大贺传媒股份有限公司资产负债率变化情况 208

图表 143 近3年大贺传媒股份有限公司产权比率变化情况 209

图表 144 近3年大贺传媒股份有限公司已获利息倍数变化情况 210

图表 145 近3年大贺传媒股份有限公司固定资产周转次数情况 211

图表 146 近3年大贺传媒股份有限公司流动资产周转次数变化情况 212

图表 147 近3年大贺传媒股份有限公司总资产周转次数变化情况 212

图表 148 近3年大贺传媒股份有限公司销售毛利率变化情况 213

图表 149 2004-2015年我国户外广告资产总计及增长对比 222

图表 150 2004-2015年我国户外广告利润总额及增长对比 222

图表 151：中国户外液晶广告市场规模 226

图表 152 2014-2015年我国户外广告行业工业总产值预测图 236

图表 153 2014-2015年我国户外广告行业市场规模预测图 237

图表 154 四种基本的品牌战略 257

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201601/129789.html>