

2020-2026年中国高速公路 广告行业前景展望与投资前景报告

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

《2020-2026年中国高速公路广告行业前景展望与投资前景报告》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/202002/153199.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

随着全国高速公路的逐步完善，高速公路的前景一片看好。作为高速公路的经济管理部门也逐渐意识到发展高速公路广告业务的重要性。高速公路是全封闭，集中管理，控制出入，多种安全服务配套齐全的高标准汽车专用公路。高速公路的这种特性也决定了它在资源上的垄断性，利用高速公路现有设施，在高速公路沿线范围内合法的发布广告对提升高速公路的经济效益具有积极意义。如果能合理利用有效管理，那么高速公路这种跨越不同省市地区的线状空间将成为广告发布和传播宣传的有效载体，广告经营也将成为高速公路管理部门除收费以外的重要营运收入。

高速公路户外广告一个重要的特点在于对传播受众的强制性，可以全时段发布，收视时间长；接触率、准确到达率高。而这种强制性又不像电子媒体广告那样让人厌烦，在寂寞的旅途中一个醒目的广告牌也许会激起你已经疲倦的审美需求，某种程度上一座座广告塔其实构成了一条流动的风景线。

中企顾问网研究中心发布的《2020-2026年中国高速公路广告行业前景展望与投资前景报告》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研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一，具有重要的参考价值！

中企顾问网研究中心是国内权威的市场调查、行业分析，主要服务有市场调查报告，行业分析报告，投资发展报告，市场研究报告,市场分析报告,行业研究报告,行业调查报告,投资咨询报告,投资情报，免费报告,行业咨询,数据等，是中国知名的研究报告提供商。

报告目录

第一章 全球高速公路广告行业发展分析

1.1 2015-2019年全球广告经营状况

1.1.1 全球商业广告行业规模增速放缓

1.1.2 移动广告带动全球广告支出增长

1.2 2019年世界广告业基本特点

1.2.1 行业呈现多寡头垄断的竞争格局

1.2.2 拉丁美洲和亚太地区成为广告市场增长最快的地区

- 1.2.3 互联网成为增长最快的广告媒体
- 1.3 全球广告市场分析
 - 1.3.1 全球广告市场格局分析
 - 1.3.2 2019年戛纳广告节的开展情况
 - 1.3.3 2019年全球广告支出情况分析
 - 1.3.4 2019年全球互联网广告开支额
 - 1.3.5 2015-2019年中国对全球广告市场的贡献
- 1.4 世界高速公路广告行业市场情况
 - 1.4.1 2019年世界高速公路广告产业发展现状
 - 1.4.2 2019年国际高速公路广告产业发展趋势
 - 1.4.3 2019年各个国家高速公路广告特点
- 1.5 部分国家地区高速公路广告行业发展状况
 - 1.5.1 2015-2019年美国高速公路广告行业发展分析
 - 1.5.2 2015-2019年欧洲高速公路广告行业发展分析
 - 1.5.3 2015-2019年日本高速公路广告行业发展分析

第二章 我国高速公路广告行业发展现状

- 2.1 中国高速公路广告行业发展概述
 - 2.1.1 中国高速公路广告发展历程
 - 2.1.2 中国高速公路广告的产品类别
 - 2.1.3 中国的高速公路广告产业的整合分析
 - 2.1.4 跨行业合作形势下高速公路广告的优势
- 2.2 我国高速公路广告行业发展状况
 - 2.2.1 2019年我国高速公路广告发展过程中存在的问题
 - (1) 违法广告泛滥
 - (2) 相关法制法规的滞后
 - (3) 广告内容违法
 - (4) 高速公路广告行业集中度高
 - (5) 高速公路广告策划达到较高的专业水准
 - (6) 高速公路广告更加重视创意
 - 2.2.2 高速公路广告如何面临挑战
 - (1) 总体概述

- (2) 完善法律法规、维护执法的严肃性
- (3) 改变观念整合资源
- (4) 广告人才的整体素质有待提高
- (5) 广告公司服务水准偏低

2.3 中国高速公路广告行业供需分析

2.3.1 2019年中国高速公路广告市场供给总量分析

2.3.2 2019年中国高速公路广告市场供给结构分析

2.3.3 2019年中国高速公路广告市场需求总量分析

2.3.4 2019年中国高速公路广告市场需求结构分析

2.3.5 2019年中国高速公路广告市场供需平衡分析

第三章 中国高速公路广告受众及投放分析

3.1 高速公路广告的投放原因及特点

3.1.1 投放高速公路广告的原因

3.1.2 高速公路广告在广告媒体中的地位

3.1.3 高速公路广告接受度情况分析

3.1.4 制约高速公路广告发展的瓶颈

3.2 高速公路广告受众分析

3.2.1 受众接触高速公路广告的黄金时间

3.2.2 受众最感兴趣的广告形式

3.2.3 受众最感兴趣的广告内容

3.3 影响高速公路广告投放的要素分析

3.3.1 影响高速公路广告投放宏观因素分析

3.3.2 创意是吸引受众的最重要的要素

3.3.3 媒体组合能提高高速公路广告可信度

3.3.4 消费热点决定记忆程度

第四章 高速公路广告主要形式发展分析

4.1 民墙广告

4.1.1 民墙广告的介绍

4.1.2 民墙广告的优势

4.1.3 民墙广告的关注度

- 4.1.4 2015-2019年民墙广告发展分析
- 4.2 铁皮路牌广告
 - 4.2.1 铁皮路牌广告的介绍
 - 4.2.2 铁皮路牌广告的优势
 - 4.2.3 铁皮路牌广告的关注度
 - 4.2.4 2015-2019年铁皮路牌广告发展分析
- 4.3 电动动态路牌广告
 - 4.3.1 电动动态路牌广告的介绍
 - 4.3.2 电动动态路牌广告的优势
 - 4.3.3 电动动态路牌广告的关注度
 - 4.3.4 2015-2019年电动动态路牌广告发展分析
- 4.4 霓虹灯广告
 - 4.4.1 霓虹灯广告的介绍
 - 4.4.2 霓虹灯广告的优势
 - 4.4.3 霓虹灯广告的关注度
 - 4.4.4 2015-2019年霓虹灯广告发展分析
- 4.5 灯箱广告发展分析
 - 4.5.1 灯箱广告的介绍
 - 4.5.2 灯箱广告的优势
 - 4.5.3 灯箱广告的关注度
 - 4.5.4 2015-2019年灯箱广告发展分析

第五章 中国高速公路广告行业区域市场分析

- 5.1 2019年华北地区高速公路广告行业分析
 - 5.1.1 2015-2019年行业发展现状分析
 - 5.1.2 2015-2019年市场规模情况分析
 - 5.1.3 2020-2026年市场需求情况分析
 - 5.1.4 2020-2026年行业发展前景预测
 - 5.1.5 2020-2026年行业投资风险预测
- 5.2 2019年东北地区高速公路广告行业分析
 - 5.2.1 2015-2019年行业发展现状分析
 - 5.2.2 2015-2019年市场规模情况分析

- 5.2.3 2020-2026年市场需求情况分析
- 5.2.4 2020-2026年行业发展前景预测
- 5.2.5 2020-2026年行业投资风险预测
- 5.3 2019年华东地区高速公路广告行业分析
 - 5.3.1 2015-2019年行业发展现状分析
 - 5.3.2 2015-2019年市场规模情况分析
 - 5.3.3 2020-2026年市场需求情况分析
 - 5.3.4 2020-2026年行业发展前景预测
 - 5.3.5 2020-2026年行业投资风险预测
- 5.4 2019年华南地区高速公路广告行业分析
 - 5.4.1 2015-2019年行业发展现状分析
 - 5.4.2 2015-2019年市场规模情况分析
 - 5.4.3 2020-2026年市场需求情况分析
 - 5.4.4 2020-2026年行业发展前景预测
 - 5.4.5 2020-2026年行业投资风险预测
- 5.5 2019年华中地区高速公路广告行业分析
 - 5.5.1 2015-2019年行业发展现状分析
 - 5.5.2 2015-2019年市场规模情况分析
 - 5.5.3 2020-2026年市场需求情况分析
 - 5.5.4 2020-2026年行业发展前景预测
 - 5.5.5 2020-2026年行业投资风险预测
- 5.6 2019年西南地区高速公路广告行业分析
 - 5.6.1 2015-2019年行业发展现状分析
 - 5.6.2 2015-2019年市场规模情况分析
 - 5.6.3 2020-2026年市场需求情况分析
 - 5.6.4 2020-2026年行业发展前景预测
 - 5.6.5 2020-2026年行业投资风险预测
- 5.7 2019年西北地区高速公路广告行业分析
 - 5.7.1 2015-2019年行业发展现状分析
 - 5.7.2 2015-2019年市场规模情况分析
 - 5.7.3 2020-2026年市场需求情况分析
 - 5.7.4 2020-2026年行业发展前景预测

5.7.5 2020-2026年行业投资风险预测

第六章 高速公路广告行业投资与发展前景分析

6.1 2019年高速公路广告行业投资情况分析

6.1.1 2019年总体投资结构

6.1.2 2019年投资规模情况

6.1.3 2019年投资增速情况

6.1.4 2019年分行业投资分析

6.1.5 2019年分地区投资分析

6.2 高速公路广告行业投资机会分析

6.2.1 高速公路广告投资项目分析

6.2.2 可以投资的高速公路广告模式

6.2.3 2019年高速公路广告投资机会

6.2.4 2019年高速公路广告细分行业投资机会

6.2.5 2019年高速公路广告投资新方向

6.3 高速公路广告行业发展前景分析

6.3.1 高速公路广告市场发展前景分析

6.3.2 我国高速公路广告市场蕴藏的商机

6.3.3 媒体竞合下高速公路广告市场的发展前景

6.3.4 2020-2026年高速公路广告市场面临的发展商机

第七章 高速公路广告行业竞争格局分析

7.1 高速公路广告行业集中度分析

7.1.1 高速公路广告市场集中度分析

7.1.2 高速公路广告企业集中度分析

7.1.3 高速公路广告区域集中度分析

7.2 高速公路广告行业主要企业竞争力分析

7.2.1 重点企业资产总计对比分析

7.2.2 重点企业从业人员对比分析

7.2.3 重点企业全年营业收入对比分析

7.2.4 重点企业利润总额对比分析

7.2.5 重点企业综合竞争力对比分析

7.3 高速公路广告行业竞争格局分析

7.3.1 2019年高速公路广告行业竞争分析

7.3.2 2019年中外高速公路广告产品竞争分析

7.3.3 2015-2019年国内外高速公路广告竞争分析

7.3.4 2015-2019年我国高速公路广告市场竞争分析

7.3.5 2015-2019年我国高速公路广告市场集中度分析

7.3.6 2020-2026年国内主要高速公路广告企业动向

第八章 2015-2019年中国高速公路广告行业发展形势分析

8.1 高速公路广告行业发展概况

8.1.1 高速公路广告行业发展特点分析

8.1.2 高速公路广告行业投资现状分析

8.1.3 高速公路广告行业总产值分析

8.1.4 高速公路广告行业技术发展分析

8.2 2015-2019年高速公路广告行业市场情况分析

8.2.1 高速公路广告行业市场发展分析

8.2.2 高速公路广告市场存在的问题

8.2.3 高速公路广告市场规模分析

8.3 2015-2019年高速公路广告供需状况分析

8.3.1 高速公路广告供给分析

8.3.2 高速公路广告需求分析

8.3.3 高速公路广告市场供需状况分析

第九章 中国高速公路广告行业整体运行指标分析

9.1 2019年中国高速公路广告行业总体规模分析

9.1.1 企业数量结构分析

9.1.2 行业生产规模分析

9.2 2019年中国高速公路广告行业产销分析

9.2.1 行业生产情况总体分析

9.2.2 行业销售收入总体分析

9.3 2019年年中国高速公路广告行业财务指标总体分析

9.3.1 行业盈利能力分析

9.3.2 行业偿债能力分析

9.3.3 行业营运能力分析

9.3.4 行业发展能力分析

第十章 高速公路广告行业赢利水平分析

10.1 成本分析

10.1.1 2015-2019年高速公路广告成本价格走势

10.1.2 2015-2019年高速公路广告行业人工成本分析

10.2 盈利水平分析

10.2.1 2015-2019年高速公路广告行业价格走势

10.2.2 2015-2019年高速公路广告行业营业收入情况

10.2.3 2015-2019年高速公路广告行业毛利率情况

10.2.4 2015-2019年高速公路广告行业赢利能力

10.2.5 2015-2019年高速公路广告行业赢利水平

10.2.6 2020-2026年高速公路广告行业赢利预测

第十一章 高速公路广告重点企业发展分析

11.1 分众传媒控股有限公司

11.1.1 企业概况

11.1.2 竞争优势分析

11.1.3 2015-2019年经营状况

11.1.4 2020-2026年发展战略

11.2 华视传媒集团有限公司

11.2.1 企业概况

11.2.2 竞争优势分析

11.2.3 2015-2019年经营状况

11.2.4 2020-2026年发展战略

11.3 永达户外传媒

11.3.1 企业概况

11.3.2 竞争优势分析

11.3.3 2015-2019年经营状况

11.3.4 2020-2026年发展战略

11.4 北京高速之鹰广告发展有限公司

11.4.1 企业概况

11.4.2 竞争优势分析

11.4.3 2015-2019年经营状况

11.4.4 2020-2026年发展战略

11.5 深圳市高速公路广告公司

11.5.1 企业概况

11.5.2 竞争优势分析

11.5.3 2015-2019年经营状况

11.5.4 2020-2026年发展战略

11.6 远方高速公路广告公司

11.6.1 企业概况

11.6.2 竞争优势分析

11.6.3 2015-2019年经营状况

11.6.4 2020-2026年发展战略

11.7 百灵时代广告有限公司

11.7.1 企业概况

11.7.2 竞争优势分析

11.7.3 2015-2019年经营状况

11.7.4 2020-2026年发展战略

11.8 巴士在线传媒有限公司

11.8.1 企业概况

11.8.2 竞争优势分析

11.8.3 2015-2019年经营状况

11.8.4 2020-2026年发展战略

11.9 航美传媒集团

11.9.1 企业概况

11.9.2 竞争优势分析

11.9.3 2015-2019年经营状况

11.9.4 2020-2026年发展战略

11.10 海南白马广告媒体投资有限公司

11.10.1 企业概况

11.10.2 竞争优势分析

11.10.3 2015-2019年经营状况

11.10.4 2020-2026年发展战略

第十二章 高速公路广告行业投资策略分析

12.1 行业发展特征

12.1.1 行业的周期性

12.1.2 行业的区域性

12.1.3 行业的上下游

12.1.4 行业经营模式

12.2 行业投资形势分析

12.2.1 行业发展格局

12.2.2 行业进入壁垒

12.2.3 行业SWOT分析

12.2.4 行业五力模型分析

12.3 高速公路广告行业投资效益分析

12.3.1 2019年高速公路广告行业投资状况分析

12.3.2 2019年高速公路广告行业投资效益分析

12.3.3 2020-2026年高速公路广告行业投资方向

12.3.4 2020-2026年高速公路广告行业投资建议

12.4 高速公路广告行业投资策略研究

12.4.1 2016年高速公路广告行业投资策略

12.4.2 2019年高速公路广告行业投资策略

12.4.3 2020-2026年高速公路广告行业投资策略

12.4.4 2020-2026年高速公路广告细分行业投资策略

第十三章 高速公路广告行业投资风险预警

13.1 影响高速公路广告行业发展的主要因素

13.1.1 2019年影响高速公路广告行业运行的有利因素

13.1.2 2019年影响高速公路广告行业运行的稳定因素

13.1.3 2019年影响高速公路广告行业运行的不利因素

13.1.4 2020-2026年我国高速公路广告行业发展面临的挑战

13.1.5 2020-2026年我国高速公路广告行业发展面临的机遇

13.2 高速公路广告行业投资风险预警

13.2.1 2020-2026年高速公路广告行业市场风险预测

13.2.2 2020-2026年高速公路广告行业政策风险预测

13.2.3 2020-2026年高速公路广告行业经营风险预测

13.2.4 2020-2026年高速公路广告行业技术风险预测

13.2.5 2020-2026年高速公路广告行业竞争风险预测

13.2.6 2020-2026年高速公路广告行业其他风险预测

第十四章 高速公路广告行业发展趋势分析

14.1 2020-2026年中国高速公路广告市场趋势分析

14.1.1 2015-2019年我国高速公路广告市场趋势总结

14.1.2 2020-2026年我国高速公路广告发展趋势分析

14.2 2020-2026年高速公路广告产品发展趋势分析

14.2.1 2020-2026年高速公路广告产品技术趋势分析

14.2.2 2020-2026年高速公路广告产品价格趋势分析

14.3 2020-2026年中国高速公路广告行业供需预测

14.3.1 2015-2019年中国高速公路广告供给预测

14.3.2 2020-2026年中国高速公路广告需求预测

14.3.3 2020-2026年中国高速公路广告价格预测

14.4 2020-2026年高速公路广告行业规划建议

14.4.1 高速公路广告行业“十三五”整体规划

14.4.2 2020-2026年高速公路广告行业规划建议

第十五章 企业管理策略建议

15.1 市场策略分析

15.1.1 高速公路广告价格策略分析

15.1.2 高速公路广告渠道策略分析

15.2 销售策略分析

15.2.1 媒介选择策略分析

15.2.2 产品定位策略分析

15.2.3 企业宣传策略分析

15.3 提高高速公路广告企业竞争力的策略

15.3.1 提高中国高速公路广告企业核心竞争力的对策

15.3.2 高速公路广告企业提升竞争力的主要方向

15.3.3 影响高速公路广告企业核心竞争力的因素及提升途径

15.3.4 提高高速公路广告企业竞争力的策略

15.4 对我国高速公路广告品牌的战略思考

15.4.1 高速公路广告实施品牌战略的意义

15.4.2 高速公路广告企业品牌的现状分析

15.4.3 我国高速公路广告企业的品牌战略

15.4.4 高速公路广告品牌战略管理的策略

图表目录

图表：高速公路广告产业链分析

图表：高速公路广告行业生命周期

图表：2015-2019年中国高速公路广告行业市场规模

图表：2015-2019年全球高速公路广告产业市场规模

图表：2015-2019年高速公路广告重要数据指标比较

图表：2015-2019年中国高速公路广告行业销售情况分析

图表：2015-2019年中国高速公路广告行业利润情况分析

图表：2015-2019年中国高速公路广告行业资产情况分析

图表：2015-2019年中国高速公路广告竞争力分析

图表：2020-2026年中国高速公路广告市场前景预测

图表：2020-2026年中国高速公路广告市场价格走势预测

图表：2020-2026年中国高速公路广告发展前景预测

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202002/153199.html>