

2022-2028年中国车身广告 行业分析与投资方向研究报告

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

《2022-2028年中国车身广告行业分析与投资方向研究报告》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/202201/266378.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

广告行业与国内经济环境的发展具备高度的正相关性，自2012年以后，广告行业市场规模占GDP比重已经进入相对稳定的区间，约在0.85%-0.90%之间，因此广告营销行业属于周期性较强的行业，市场增长幅度受外部宏观经济因素影响较大。广告行业市场规模与GDP比对数据来源：公共资料整理

车身广告又称车体广告，近10年的高速发展，公交车是中国城市里最重要的交通工具，与人们日常生活息息相关。这就使公交车身，成为一种渗透力极强的户外广告媒体，同时公交车身广告又是固定户外广告的延伸，它具有固定户外广告的优点——广告画面冲击力强，广告影响持续不断，能有效地向特定地区特定阶层进行广告诉求的特点。同时，交车身广告流动性使车身广告的受众层面更为广泛广告到达率更高，凭借自身的特点公交车身媒体日益成为众多品牌投放广告的媒体形式之一。

中企顾问网发布的《2022-2028年中国车身广告行业分析与投资方向研究报告》共十六章。首先介绍了车身广告行业市场发展环境、车身广告整体运行态势等，接着分析了车身广告行业市场运行的现状，然后介绍了车身广告市场竞争格局。随后，报告对车身广告做了重点企业经营状况分析，最后分析了车身广告行业发展趋势与投资预测。您若想对车身广告产业有个系统的了解或者想投资车身广告行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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 车身广告相关概述第一节 车身媒体广告特点一、渗透力二、延伸性三、广告画面冲击力四、特定地区特定阶层进行广告诉求的特点五、广告到达率第二节 车身广告的优势一、唯一可移动的户外媒体形式二、有效传播距离远三、适合发布产品的类型丰富四、高接触机率和稳定的接触频次五、较强的地理针对性六、较低的千人成本（CPM）七、消费者与车身广告的关系紧密第三节 投放车身广告考虑的因素一、发布线路二、发布时期三、发布形式四、发布数量五、车型组合 第二章 2019年世界户外广告产业运行态势分析第一节 2019年世界广告行业运行浅析一、全球各地区广告经营状况二、全球广告市场规模三、世界广告业排名状况四、世界广告业方兴未艾五、全球广告预算情况第二节 2019年世界户外广告运行浅析一、世界户外广告市场需求分析二、世界户外广告策划分析三、国外企业进军中国市场情况四、全球户外广告并购交易情况五、国外户外广告管理经验阐述第三节 2022-2028年世界户外广告行业前景展望 第三章 世界五大广告集团市场运营动态分析第一节 Omnicom集团一、集团基本概况二、集团及下属公司经营状况分析三、集团发展战略分析四、未来集团发展规划分析第二节 WPP集团一、集团基本概况二、集团及下属公司经营状况

分析三、集团发展战略分析四、未来集团发展规划分析第三节 Interpublic Group一、集团基本概况二、集团及下属公司经营状况分析三、集团发展战略分析四、未来集团发展规划分析第四节 阳狮集团一、集团基本概况二、集团及下属公司经营状况分析三、集团发展战略分析四、未来集团发展规划分析第五节 日本电通集团一、集团基本概况二、集团及下属公司经营状况分析三、集团发展战略分析四、未来集团发展规划分析 第四章 2019年世界车身广告市场运行形势分析第一节 2019年世界车身广告产业运行现状分析一、车身广告的特点及制作流程和注意事项二、公交车身广告的优势分析三、世界传媒巨鳄抢“食”公交广告四、全球车身广告投放情况分析第二节 世界主要国家车身广告产业动态分析一、美国:车身广告实现“双赢”二、英国车身广告分析三、日本的公交车车身广告分析第三节 2022-2028年世界车身广告产业趋势预测分析 第五章 2019年中国车身广告产业运行环境分析第一节 国内宏观经济环境分析一、GDP历史变动轨迹分析二、固定资产投资历史变动轨迹分析三、2019年中国宏观经济发展预测分析第二节 2019年中国车身广告产业政策环境分析一、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第三节 2019年中国车身广告产业社会环境分析 第六章 2019年中国户外广告行业运行动态透析第一节 2019年中国户外广告行业运行探析一、中国的户外广告产业的整合分析二、中国户外广告的产品类别三、跨行业合作形势下户外广告的优势第二节 2019年中国户外广告市场状况分析

户外广告主要的投放场景有楼宇电梯、交通出行、影院等，2018年交通出行场景的户外广告份额最高，占比为47.7%；其次是楼宇电梯场景，市场份额为35.6%。虽然目前交通出行场景的户外广告份额最高，但楼宇电梯场景的户外广告增长明显，未来有望超过交通出行成为第一大户外广告场景。2015-2018年中国不同场景户外广告市场份额占比数据来源：公开资料整理一、户外广告备受资本市场追捧二、中国户外广告市场发展解析三、户外广告形式发展分析第三节 2019年中国户外广告受众及投放情况分析一、户外广告的投放原因及特点二、户外广告受众分析三、2019年中国影响户外广告投放的要素分析第四节 2019年中国户外广告业发展的问题与对策一、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 第七章 2019年中国车身广告市场调研统计分析第一节 2019年中国车身广告市场调研分析一、公交车是受众首选交通工具二、车身广告是受众接触最多的广告类型三、效果分析第二节 2019年外资对中国车身广告市场影响分析一、“与狼共舞”，业绩出现负增长二、外资公司在大城市公交广告市场“攻城掠地”三、本土公交广告公司亟待转型 第八章 2019年中国户外广告受众及投放分析第一节 2019年户外广告的投放原因及特点一、户外广告已成为第三大广告媒体二、户外广告是具有高接受度的广告形式三、户外广告的喜好度存在着地区的差异性四、管

理维护是制约户外广告发展的瓶颈五、户外广告仍需要提高规划水平第二节 2019年中国户外广告受众分析一、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、车身广告是受众接触最多的广告类型第三节 2019年影响户外广告投放的要素分析一、创意是吸引受众的最重要的要素二、媒体组合能提高户外广告可信度三、消费热点决定消费者记忆程度四、户外广告有很好的传播效果第九章 2019年中国户外广告投放及广告主分析第一节 户外广告投放效果的影响因素一、广告环境二、广告创意三、广告投放时机第二节 体现广告价值的重要指标一、发行量二、阅读率和传阅率三、读者特征四、读者消费形态和生活形态五、读者交叉重叠和千人成本第三节 户外广告的投放一、确定战略目标二、选择户外媒体的因素三、准确定位目标市场四、确定理想发布数量五、预测发布效果六、监测投放效果第四节 车身广告的配合策略一、广告目的的配合二、广告策略的配合三、广告排期的配合四、广告位置的配合第五节 广告主媒体投放新趋势分析一、经济形势好转带动投放热情二、媒体选择更加注重投放效益三、营销传播手段向终端和公关倾斜四、媒体组合策略强调精准化五、行业广告投放与消费格局紧密联动六、生活必需品行业投放平稳上升七、高生活品质行业投放在低段位小幅爬升八、广告投放更需敏锐且理性第十章 2019年中国车身广告市场竞争格局分析第一节 2019年中国车身广告市场竞争激烈分析一、车身广告竞争力分析二、车身广告设计工艺竞争分析三、车身广告成本竞争分析第二节 2019年中国车身广告重点城市竞争分析一、北京二、厦门三、深圳第三节 2019年中国广告公司提升竞争力策略分析第十一章 中国优势广告公司财务状况及竞争力分析第一节 清晰频道户外广告公司一、企业概况二、清晰频道经营策略三、企业经营状况分析第二节 德高集团一、企业概况二、业界领先地位三、中国市场发展第三节 TOM集团有限公司一、企业概况二、公司竞争优势三、企业经营状况第四节 白马户外媒体有限公司一、企业概况二、主要产品三、企业经营状况第五节 大贺传媒股份有限公司一、企业概况二、发展状况三、企业发展及策略第六节 华视传媒集团有限公司一、企业概况二、企业经营状况三、企业扩张情况第七节 北京巴士传媒股份有限公司一、企业概况二、企业主要经济指标分析三、企业盈利能力分析四、企业偿债能力分析五、企业运营能力分析六、企业成长能力分析第八节 成都博瑞传播股份有限公司一、企业概况二、企业主要经济指标分析三、企业盈利能力分析四、企业偿债能力分析五、企业运营能力分析六、企业成长能力分析第十二章 2019年中国广告行业发展动态分析第一节 2019年中国广告市场发展分析一、内地广告市场规模分析二、中国广告市场价值分析三、中国广告市场的投放额四、广告市场面临的挑战第二节 2019年中国广告市场规范情况分析一、中国查处广告违法案件情况二、广告行业结盟维护创意版权三、中国广告行业新的自律规则第三节 2019年中国广告业存在的主要问题探讨第十三章 2019年中国车身广告与城市交通——公交车关联性分析第一节 2019年中国城市交通现状一、城市交

通规划及市民出行现状与问题研究二、公交车是中国城市里最重要的交通工具三、我国城市交通推行“公交优先”模式四、国家政策大力助推城市公共交通发展第二节 2019年中国汽车产销及保有量分析第三节 2019年中国公交车运营状况分析一、北京二、上海三、广州四、其它第四节 2019年中国车身广告与城市交通——公交车关联性分析 第十四章 2022-2028年中国车身广告市场前景预测分析第一节 2022-2028年中国户外广告新趋势分析一、通路终端的户外媒体呈现整合趋势二、广播以车载媒体及卖场背景声音的形式演变成半户外媒体三、移动、视频、数字、动态等应用新材料新技术的户外媒体成为新趋势四、中国户外调研开始启动并走向深入模型化阶段五、户外的相关法律法规逐步完善六、大城市户外媒体价格持续走强第二节 2022-2028年中国车身广告市场前景预测一、公交广告发展迅猛，未来增值空间巨大二、车身广告设计流行趋势分析三、车身广告竞争格局预测分析第三节 2022-2028年中国车身广告市场盈利预测分析 第十五章 2022-2028年中国车身广告市场投资战略研究第一节 2019年中国车身广告业投资环境分析第二节 2022-2028年中国车身广告业投资机会分析（一）一、后奥运时代广告公司的投资机会分析二、车身广告业投资空间大分析第三节 2022-2028年中国车身广告业投资风险分析一、市场风险分析二、法律法规管制分析三、竞争风险风险分析第四节 投资建议 图表目录：图表：国内生产总值同比增长速度图表：全国粮食产量及其增速图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）图表：进出口总额（亿美元）图表：广义货币（M2）增长速度（%）图表：居民消费价格同比上涨情况图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）图表：农村居民人均收入实际增长速度图表：人口及其自然增长率变化情况图表：2019年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）图表：2019年房地产开发投资同比增速（%）图表：2019年中国GDP增长预测图表：国内外知名机构对2019年中国GDP增速预测图表：北京巴士传媒股份有限公司主要经济指标走势图图表：北京巴士传媒股份有限公司经营收入走势图图表：北京巴士传媒股份有限公司盈利指标走势图图表：北京巴士传媒股份有限公司负债情况图图表：北京巴士传媒股份有限公司负债指标走势图图表：北京巴士传媒股份有限公司运营能力指标走势图图表：北京巴士传媒股份有限公司成长能力指标走势图图表：成都博瑞传播股份有限公司主要经济指标走势图图表：成都博瑞传播股份有限公司经营收入走势图更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202201/266378.html>