

2024-2030年中国高速公路 广告市场深度评估与投资战略研究报告

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

《2024-2030年中国高速公路广告市场深度评估与投资战略研究报告》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/202312/431824.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

中企顾问网发布的《2024-2030年中国高速公路广告市场深度评估与投资战略研究报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局煤炭综采设备后市场服务行业的重要决策参考依据。 报告目录 第一部分 高速公路广告行业发展现状 第一章 高速公路广告行业发展分析1 第一节 国际广告行业发展状况1 一、广告经营状况1 1、商业广告行业规模增速放缓1 2、移动广告带动广告支出增长1 二、世界广告业基本特点2 1、行业呈现多寡头垄断的竞争格局2 2、拉丁美洲和亚太地区成为广告市场增长最快的地区4 3、互联网成为增长最快的广告媒体4 三、广告市场分析4 1、广告市场格局分析4 2、戛纳广告节的开展情况5 3、广告支出情况分析8 4、互联网广告开支额8 5、中国对广告市场的贡献9 第二节 世界高速公路广告行业市场情况10 一、世界高速公路广告产业发展现状10 二、国际高速公路广告产业发展趋势10 三、各个国家高速公路广告特点13 第三节 部分国家地区高速公路广告行业发展状况16 一、美国高速公路广告行业发展分析16 二、欧洲高速公路广告行业发展分析18 三、日本高速公路广告行业发展分析22 第二章 我国高速公路广告行业发展现状26 第一节 中国高速公路广告行业发展概述26 一、中国高速公路广告发展历程26 二、中国高速公路广告的形式27 三、中国的高速公路广告产业的特点30 第二节 我国高速公路广告行业发展状况31 一、我国高速公路广告发展过程中存在的问题31 1、违法广告泛滥31 2、相关法制法规的滞后31 3、广告内容违法32 4、高速公路广告行业集中度高33 5、高速公路广告策划达到较高的专业水准33 6、高速公路广告更加重视创意33 二、高速公路广告如何面临挑战34 1、总体概述34 2、完善法律法规、维护执法的严肃性34 3、改变观念整合资源35 4、广告人才的整体素质有待提高35 5、广告公司服务水准偏低35 三、高速公路广告总结35 第三章 中国高速公路广告受众及投放分析37 第一节 高速公路广告的投放建议及特点37 一、高速公路广告投放建议37 1、高速公路广告画面设计37 2、认清高速公路广告的作用37 3、高速公路广告投放位置、及费用38 二、制约高速公路广告发展的制约因素38 三、高速公路广告营销趋势39 1、品牌营销趋势39 2、价值营销趋势39 3、服务营销趋势40 4、知识营销趋势40 第二节 高速公路广告受众分析41 一、受众接触高速公路广告的黄金时间41 二、受众最感兴趣的广告形式41 三、户外广告投放地段选择。41 第三节 影响高速公路广告投放的要素分析42 一、影响高速公路广告投放宏观因素分析42 1、中国GDP总量42 2、农业生产再获丰收43 3、工业生产增势平稳43 4、固定资产投资较快增长44 5、市场销售平稳增长46 6、进出口增长有所回升46 7、居民消费价格基本稳定47 8、居民收入继续增加47 9、货币信贷平稳增长49 10、人口就业总体平稳49 11、中国宏观经济发展前景预测52 二、媒

体组合能提高高速公路广告可信度54 三、消费热点决定记忆程度55 四、户外广告受众的生存形态及户外广告打仗风俗56 1、受众一样平常生存的三分之一是在户外度过56 2、公交车是受众首选交通东西57 3、从打仗频度看，户外广告已成为第三大广告媒体57 4、户外媒体的黄金时间是周末和上下班时间58 5、商业区仍是黄金地段，交通媒体潜力大59 6、车身广告是受众打仗最多的广告范例60

第四章 高速公路广告主要形式发展分析61 第一节 民墙广告61 一、民墙广告的介绍61 二、民墙广告的优势61 三、民墙广告分布形式62 四、民墙广告发布步骤62 五、民墙广告发布应注意的问题63 六、民墙广告发展历程63 七、民墙广告发展分析64

第二节 路牌广告65 一、路牌广告的介绍65 二、种类66 三、路牌广告的优势66 四、路牌广告存在的问题67 1、影响市容67 2、浪费能源67 四、路牌广告发展分析68

第三节 霓虹灯广告68 一、霓虹灯广告的介绍68 二、霓虹灯广告的优势68 四、霓虹灯广告的缺点69 五、霓虹灯广告牌质量状况分析69 六、霓虹灯广告发展分析74

第四节 灯箱广告发展分析74 一、灯箱广告的介绍74 二、灯箱广告的特点75 1、画面大75 2、远视强75 3、内容广75 4、兼具性75 5、固定性75 三、灯箱广告的构成76 四、灯箱广告的设计特点76 1、独特性76 2、提示性77 3、简洁性77 4、计划性77 五、灯箱广告的优势77 六、灯箱广告发展分析78

第五章 中国高速公路广告行业区域市场分析80 第一节 中国高速公路广告行业分析80 一、行业发展现状分析80 1、行业特点80 2、高速公路广告的提出81 3、市场现状及发展情况81 二、市场规模预测82 三、市场需求情况分析83 四、市场需求规模预测84 五、行业投资风险预测85 六、高速公路广告投放总额分析87 七、高速公路广告投放总额预测88

第二节 华北地区高速公路广告行业分析89 一、市场规模情况分析89 二、市场规模预测90 三、市场需求情况分析91 四、高速公路广告投放总额分析92 五、高速公路广告投放总额预测93

第三节 东北地区高速公路广告行业分析93 一、市场规模情况分析93 二、市场规模预测94 三、市场需求情况分析95 四、高速公路广告投放总额分析96 五、高速公路广告投放总额预测96

第四节 华东地区高速公路广告行业分析97 一、市场规模情况分析97 二、市场规模预测98 三、市场需求情况分析99 四、高速公路广告投放总额分析100 五、高速公路广告投放总额预测100

第五节 华南地区高速公路广告行业分析101 一、市场规模情况分析101 二、市场规模预测102 三、市场需求情况分析103 四、高速公路广告投放总额分析104 五、高速公路广告投放总额预测104

第六节 华中地区高速公路广告行业分析105 一、市场规模情况分析105 二、市场规模预测106 三、市场需求情况分析107 四、高速公路广告投放总额分析108 五、高速公路广告投放总额预测108

第七节 西南地区高速公路广告行业分析109 一、市场规模情况分析109 二、市场规模预测110 三、市场需求情况分析111 四、高速公路广告投放总额分析112 五、高速公路广告投放总额预测112

第八节 西北地区高速公路广告行业分析113 一、市场规模情况分析113 二、市场规模预测114 三、市场需求情况分析115 四、高速公路广告投放总额分析116 五、高速公路广告投放总额预

测116 第六章 高速公路广告行业投资与发展前景分析118 第一节 高速公路广告行业投资情况分析118 一、总体投资结构与规模118 二、投资增速情况118 三、分行业投资分析119 第二节 高速公路广告行业投资机会分析119 一、高速公路广告投资项目分析119 1、项目概况119 2、户外广告项目背景119 3、户外广告项目可行性研究报告编制的范围和依据120 4、户外广告项目拟建地点和选址条件120 二、可以投资的高速公路广告模式128 三、高速公路广告投资机会129 第二部分 高速公路广告行业竞争格局 第七章 高速公路广告行业竞争格局分析131 第一节 高速公路广告行业集中度分析131 一、高速公路广告市场集中度分析131 二、高速公路广告企业集中度分析131 第二节 高速公路广告行业竞争格局分析132 一、高速公路广告行业竞争分析132 二、国内外高速公路广告竞争发展分析133 第八章 高速公路广告行业竞争分析134 第一节 中国广告行业竞争格局分析134 一、四大传统媒体占据广告市场半壁江山134 二、快消品行业广告增幅显著134 三、外资广告公司增速迅猛134 四、区域格局地区特点鲜明135 第二节 中国广告行业竞争行为分析135 一、收购合并频繁，楼宇广告竞争激烈135 二、网络广告公司各有竞争妙招138 三、新旧媒体在竞争中融合139 第三节 中国广告行业竞争分析及预测141 一、广告市场竞争情况分析141 二、广告市场竞争形势分析141 三、集中度分析及预测144 四、SWOT分析及预测148 五、进入退出状况分析及预测149 六、生命周期分析及预测150 第九章 中国高速公路广告行业整体运行指标分析151 第一节 中国高速公路广告行业总体规模分析151 一、企业数量分析151 二、市场规模情况分析151 第二节 年中国高速公路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154 四、行业发展能力分析154 第十章 高速公路广告企业竞争策略分析156 第一节 广告市场竞争策略分析156 一、广告市场增长潜力分析156 二、广告主要潜力项目分析156 三、现有广告竞争策略分析159 四、广告潜力项目竞争策略选择160 五、典型企业项目竞争策略分析161 第二节 广告企业竞争策略分析165 一、金融危机对广告行业竞争格局的影响165 二、金融危机后广告行业竞争格局的变化168 三、我国广告市场竞争趋势170 四、广告行业竞争格局展望171 五、广告行业竞争策略分析171 六、广告企业竞争策略分析177 第三部分 高速公路广告行业前景预测 第十一章 高速公路广告行业发展趋势预测186 第一节 广告行业前景分析186 一、未来广告的发展趋势展望186 二、中国广告未来发展前景广阔187 三、我国广告产业发展趋势188 四、中国广告市场发展预测189 五、广告发展方向探讨189 六、广告市场规模预测190 第二节 广告市场趋势分析191 一、广告市场趋势总结191 二、广告发展趋势分析192 三、广告市场发展空间193 四、广告产业政策趋向193 五、广告价格走势分析195 第三节 广告市场预测198 一、广告市场结构预测198 二、广告市场需求前景199 三、广告市场价格预测200 四、广告行业集中度预测200 第十二章 高速公路广告重点企业发展分析201 第一节 分众传媒控股有限公司201 一、企业概况201 二、竞争优势分析202 三、经营状况203 四、

发展战略206 第二节 华视传媒集团有限公司206 一、企业概况206 二、竞争优势分析207 三、经营状况208 四、发展战略211 第三节 永达高速公路传媒211 一、企业概况211 二、竞争优势分析213 三、经营状况213 四、发展战略213 第四节 北京高速之鹰广告发展有限公司214 一、企业概况214 二、竞争优势分析216 三、经营状况217 四、发展战略217 第五节 深圳市高速公路广告公司217 一、企业概况217 二、竞争优势分析218 三、经营状况219 四、发展战略221 第六节 北京巴士传媒股份有限公司221 一、企业概况221 二、竞争优势分析222 三、经营状况223 四、发展战略224 第七节 百灵时代广告有限公司225 一、企业概况225 二、竞争优势分析226 三、经营状况226 四、发展战略226 第八节 巴士在线传媒有限公司226 一、企业概况226 二、竞争优势分析228 三、经营状况229 四、发展战略231 第九节 航美传媒集团232 一、企业概况232 二、竞争优势分析233 三、经营状况234 四、发展战略237 第十节 海南白马广告媒体投资有限公司238 一、企业概况238 二、竞争优势分析239 三、经营状况240 四、发展战略240 第十三章 高速公路广告行业投资策略分析241 第一节 行业发展特征241 一、行业的周期性241 二、行业的区域性241 三、行业的上下游241 四、行业经营模式241 第二节 行业投资形势分析244 一、行业发展格局244 二、行业进入壁垒244 三、行业SWOT分析245 四、行业五力模型分析246 1、现有企业间竞争246 2、潜在进入者分析246 3、替代威胁分析247 4、供应商议价能力248 5、客户议价能力248 第三节 高速公路广告行业投资效益分析248 一、高速公路广告行业投资状况分析248 二、高速公路广告行业投资效益分析249 三、高速公路广告行业投资方向250 四、高速公路广告行业投资建议251 第四节 高速公路广告行业投资策略研究252 一、高速公路广告行业投资策略252 二、高速公路广告行业投资策略257 三、广告行业投资战略258 四、细分行业投资战略264 第十四章 高速公路广告行业投资风险预警268 第一节 影响高速公路广告行业发展的主要因素268 二、影响广告行业运行的稳定因素分析269 三、影响广告行业运行的不利因素分析270 四、我国广告行业发展面临的挑战分析271 五、我国广告行业发展面临的机遇分析272 第二节 高速公路广告行业投资风险预警275 一、高速公路广告行业市场风险预测275 二、高速公路广告行业政策风险预测275 三、高速公路广告行业经营风险预测276 四、高速公路广告行业技术风险预测279 五、高速公路广告行业竞争风险预测279 六、高速公路广告行业其他风险预测280 第十五章 高速公路广告行业发展趋势分析285 第一节 高速公路广告盈利模式285 一、总体分析285 二、深化产品开发、获取增值支点286 三、创造性经营启动高速媒体的财富通道286 第二节 高速公路广告行业规划建议288 一、高速公路广告行业“十三五”整体规划288 二、高速公路广告行业规划建议289 第十六章 企业管理策略建议292 第一节 市场策略分析292 一、高速公路广告价格策略分析292 二、高速公路广告渠道策略分析293 第二节 销售策略分析295 一、媒介选择策略分析295 二、产品定位策略分析296 三、企业宣传策略分析297 第三节 提高高速公路广告企业竞争力的策

略298 一、提高中国高速公路广告企业核心竞争力的对策298 二、高速公路广告企业提升竞争力的主要方向299 三、影响高速公路广告企业核心竞争力的因素及提升途径300 四、提高高速公路广告企业竞争力的策略301 第四节 对我国高速公路广告品牌的战略思考301 一、高速公路广告实施品牌战略的意义301 二、高速公路广告企业品牌的现状分析302 三、我国高速公路广告企业的品牌战略304 四、高速公路广告品牌战略管理的策略305 略••••完整报告请咨询客服

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202312/431824.html>