

2017-2022年中国高速公路广告行业市场研究及发展前景预测报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2017-2022年中国高速公路广告行业市场研究及发展前景预测报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本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，以及我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市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/detail/303480.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

随着1979年我国现代广告业市场的重新起步，广告行业显示出强劲活力。近年来，我国广告市场规模快速稳定增长，2014年已经成为全球第二大广告市场。2001-2015年，我国广告市场规模由794.89亿元增长到5,973.41亿元，年均复合增长率达到14.32%，远高于同期GDP的增长速度。我国广告市场的规模及增速

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：

第一部分 高速公路广告行业发展现状

第一章 全球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、2013-2016年全球广告经营状况1

1、全球商业广告行业规模增速放缓1

2、移动广告带动全球广告支出增长1

二、2016年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、全球广告市场分析4

1、全球广告市场格局分析4

2、2016年戛纳广告节的开展情况5

3、2016年全球广告支出情况分析8

4、2016年全球互联网广告开支额8

5、2013-2016年中国对全球广告市场的贡献9

第二节 世界高速公路广告行业市场情况10

一、2016年世界高速公路广告产业发展现状10

二、2016年国际高速公路广告产业发展趋势10

三、2016年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、2013-2016年美国高速公路广告行业发展分析16

二、2013-2016年欧洲高速公路广告行业发展分析18

三、2013-2016年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、2016年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、2016年中国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、2016年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、2013-2016年民墙广告发展分析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、2013-2016年路牌广告发展分析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、2013-2016年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、2013-2016年灯箱广告发展分析78

第五章 中国高速公路广告行业区域市场分析80

第一节 2016年中国高速公路广告行业分析80

一、2012-2016年行业发展现状分析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、2017-2022年市场规模预测82

三、2012-2016年市场需求情况分析83

四、2017-2022年市场需求规模预测84

五、2017-2022年行业投资风险预测85

六、2012-2016年高速公路广告投放总额分析87

七、2017-2022年高速公路广告投放总额预测88

第二节 2016年华北地区高速公路广告行业分析89

一、2012-2016年市场规模情况分析89

二、2017-2022年市场规模预测90

三、2012-2016年市场需求情况分析91

四、2012-2016年高速公路广告投放总额分析92

五、2017-2022年高速公路广告投放总额预测93

第三节 2016年东北地区高速公路广告行业分析93

一、2012-2016年市场规模情况分析93

二、2017-2022年市场规模预测94

三、2012-2016年市场需求情况分析95

四、2012-2016年高速公路广告投放总额分析96

五、2017-2022年高速公路广告投放总额预测96

第四节 2016年华东地区高速公路广告行业分析97

一、2012-2016年市场规模情况分析97

二、2017-2022年市场规模预测98

三、2012-2016年市场需求情况分析99

四、2012-2016年高速公路广告投放总额分析100

五、2017-2022年高速公路广告投放总额预测100

第五节 2016年华南地区高速公路广告行业分析101

一、2012-2016年市场规模情况分析101

二、2017-2022年市场规模预测102

三、2012-2016年市场需求情况分析103

四、2012-2016年高速公路广告投放总额分析104

- 五、2017-2022年高速公路广告投放总额预测104
- 第六节 2016年华中地区高速公路广告行业分析105
 - 一、2012-2016年市场规模情况分析105
 - 二、2017-2022年市场规模预测106
 - 三、2012-2016年市场需求情况分析107
 - 四、2012-2016年高速公路广告投放总额分析108
 - 五、2017-2022年高速公路广告投放总额预测108
- 第七节 2016年西南地区高速公路广告行业分析109
 - 一、2012-2016年市场规模情况分析109
 - 二、2017-2022年市场规模预测110
 - 三、2012-2016年市场需求情况分析111
 - 四、2012-2016年高速公路广告投放总额分析112
 - 五、2017-2022年高速公路广告投放总额预测112
- 第八节 2016年西北地区高速公路广告行业分析113
 - 一、2012-2016年市场规模情况分析113
 - 二、2017-2022年市场规模预测114
 - 三、2012-2016年市场需求情况分析115
 - 四、2012-2016年高速公路广告投放总额分析116
 - 五、2017-2022年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 2016年高速公路广告行业投资情况分析118
 - 一、2016年总体投资结构与规模118
 - 二、2016年投资增速情况118
 - 三、2016年分行业投资分析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、2016年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、2016年高速公路广告行业竞争分析132

二、2013-2016年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 2016年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 2016年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 2013-2016年中国广告行业竞争分析及预测141

一、2016年广告市场竞争情况分析141

二、2016年广告市场竞争形势分析141

三、2013-2016年集中度分析及预测144

四、2013-2016年SWOT分析及预测148

五、2013-2016年进入退出状况分析及预测149

六、2013-2016年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 2016年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、2012-2016年市场规模情况分析151

第二节 2016年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、2016年广告市场增长潜力分析156

二、2016年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、2017-2022年我国广告市场竞争趋势170

四、2017-2022年广告行业竞争格局展望171

五、2017-2022年广告行业竞争策略分析171

六、2017-2022年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、2016年我国广告产业发展趋势188

四、2016年中国广告市场发展预测189

五、2017-2022年广告发展方向探讨189

六、2017-2022年广告市场规模预测190

第二节 2017-2022年广告市场趋势分析191

一、2013-2016年广告市场趋势总结191

二、2017-2022年广告发展趋势分析192

三、2017-2022年广告市场发展空间193

四、2017-2022年广告产业政策趋向193

五、2017-2022年广告价格走势分析195

第三节 2017-2022年广告市场预测198

一、2017-2022年广告市场结构预测198

二、2017-2022年广告市场需求前景199

三、2017-2022年广告市场价格预测200

四、2017-2022年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、2013-2016年经营状况203

四、2017-2022年发展战略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、2013-2016年经营状况208

四、2017-2022年发展战略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、2013-2016年经营状况213

四、2017-2022年发展战略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、2013-2016年经营状况217

四、2017-2022年发展战略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、2013-2016年经营状况219

四、2017-2022年发展战略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、2013-2016年经营状况223

四、2017-2022年发展战略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、2013-2016年经营状况226

四、2017-2022年发展战略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、2013-2016年经营状况229

四、2017-2022年发展战略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、2013-2016年经营状况234

四、2017-2022年发展战略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、2013-2016年经营状况240

四、2017-2022年发展战略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、2016年高速公路广告行业投资状况分析248
- 二、2016年高速公路广告行业投资效益分析249
- 三、2017-2022年高速公路广告行业投资方向250
- 四、2017-2022年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、2016年高速公路广告行业投资策略252
- 二、2016年高速公路广告行业投资策略257
- 三、2017-2022年广告行业投资战略258
- 四、2017-2022年细分行业投资战略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、2017-2022年影响广告行业运行的稳定因素分析269
- 三、2017-2022年影响广告行业运行的不利因素分析270
- 四、2017-2022年我国广告行业发展面临的挑战分析271
- 五、2017-2022年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、2017-2022年高速公路广告行业市场风险预测275
- 二、2017-2022年高速公路广告行业政策风险预测275
- 三、2017-2022年高速公路广告行业经营风险预测276
- 四、2017-2022年高速公路广告行业技术风险预测279
- 五、2017-2022年高速公路广告行业竞争风险预测279
- 六、2017-2022年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 2017-2022年高速公路广告行业规划建设288

- 一、高速公路广告行业“十三五”整体规划288
- 二、2017-2022年高速公路广告行业规划建设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

部分图表目录：

图表：2016年世界各国高速公路里程排名10

图表：2013-2016年国内生产总值累计同比增长速度43

图表：2013-2016年规模以上工业增加值月度同比增长44

图表：2013-2016年固定资产投资（不含农户）累计同比增速46

图表：2013-2016年城镇居民人均可支配收入累计同比实际增长速度48

图表：2013-2016年农村居民人均收入累计同比实际增长速度48

图表：2013-2016年房地产开发投资累计同比增速50

图表：2013-2016年社会消费品零售总额月度同比名义增速50

图表：2013-2016年居民消费价格月度同比上涨情况51

图表：2013-2016年工业生产者出厂价格月度同比涨跌情况51

图表：2013-2016年人口及其自然增长率变化情况52

图表：2017-2022年高速公路广告市场规模82

图表：2017-2022年高速公路广告市场规模柱状图83

图表：2012-2016年高速公路广告需求规模83

图表：2012-2016年高速公路广告需求规模柱状图84

图表：2017-2022年高速公路广告市场需求规模84

图表：2017-2022年高速公路广告市场需求规模柱状图85

图表：2012-2016年高速公路广告投放总额87

图表：2012-2016年高速公路广告投放总额柱状图88

图表：2017-2022年高速公路广告投放总额88

图表：2017-2022年高速公路广告投放总额柱状图89

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/303480.html>