

2014-2019年中国户外广告 行业市场监测与投资前景预测报告

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

《2014-2019年中国户外广告行业市场监测与投资前景预测报告》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/201404/103704.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

《2014-2019年中国户外广告行业市场监测与投资前景预测报告》报告主要市场调查分析了户外广告行业发展的产业规模、户外广告行业发展 产品供需状况、户外广告行业发展 竞争状况和户外广告行业发展 主要经营情况、户外广告行业发展 主要企业的产业占有率，同时对户外广告行业发展的未来发展做出科学的预测。

【报告目录】：

第一章 2012-2013年户外广告行业发展分析

第一节 2012-2013年世界户外广告发展总体状况

- 一、国际户外广告行业结构面临发展变局
- 二、2012-2013年全球户外广告市场持续扩张
- 三、2012-2013年国际户外广告市场发展态势
- 四、经济全球化下国外户外广告开发的策略

第二节 2012-2013年中国户外广告行业的发展

- 一、我国户外广告行业发展取得的进步
- 二、2012-2013年中国户外广告行业发展态势
- 三、中国户外广告行业逐步向优势区域集聚
- 四、我国户外广告行业的政策导向分析

第三节 户外广告行业的投资机遇

- 一、我国户外广告行业面临的政策机遇
- 二、产业结构调整为发展户外广告发展提供良机
- 三、我国户外广告行业投资潜力

第四节 户外广告行业发展存在的问题

- 一、中国户外广告行业化发展的主要瓶颈
- 二、我国户外广告行业发展中存在的不足
- 三、制约中国户外广告行业发展的因素
- 四、我国户外广告行业发展面临的挑战

第五节 促进我国户外广告行业发展的对策

- 一、加快我国户外广告行业发展的对策
- 二、促进户外广告行业健康发展的思路
- 三、发展壮大中国户外广告行业的策略简析

四、区域户外广告行业壮大的政策建议

第二章 2012-2013年中国户外广告产业市场运行态势分析

第一节 2012-2013年中国户外广告产业市场发展总况

一、户外广告市场供给情况分析

二、户外广告需求分析

三、户外广告需求特点分析

第二节 2012-2013年中国户外广告产业市场动态分析

一、户外广告品牌分析

二、户外广告产品产量结构性分析

三、户外广告经营发展能力

第三节 2012-2013年中国户外广告产业市场销售情况分析

第三章 户外广告行业市场规模分析

第一节 市场规模分析

一、户外广告行业市场规模及增速

二、户外广告行业市场饱和度

三、国内外经济形势对户外广告行业市场规模的影响

四、户外广告行业市场规模及增速预测

第二节 市场结构分析

第三节 市场特点分析

一、户外广告行业所处生命周期

二、技术变革与行业革新对户外广告行业的影响

三、差异化分析

第四章 2012-2013年中国户外广告行业走势分析

第一节 2012-2013年中国户外广告产业发展概述

一、户外广告产业回顾

二、世界户外广告市场分析

三、户外广告产业技术分析

第二节 2012-2013年中国户外广告产业运行态势分析

一、户外广告价格分析

二、世界先进水平的户外广告

第三节 2012-2013年中国户外广告产业发展存在问题分析

第五章 户外广告行业生产分析

第一节 生产总量分析

一、户外广告行业生产总量及增速

二、户外广告行业产能及增速

三、国内外经济形势对户外广告行业生产的影响

四、户外广告行业生产总量及增速预测

第二节 子行业生产分析

第三节 细分区域生产分析

第四节 行业供需平衡分析

一、户外广告行业供需平衡现状

二、国内外经济形势对户外广告行业供需平衡的影响

三、户外广告行业供需平衡趋势预测

第六章 户外广告行业渠道分析

第一节 渠道格局

第二节 渠道形式

第三节 渠道要素对比

第四节 各区域主要代理商情况

第七章 2012-2013年中国户外广告行业主要数据监测分析

第一节 2012-2013年中国户外广告行业规模分析

一、企业数量增长分析

二、从业人数增长分析

三、资产规模增长分析

第二节 2012年中国户外广告行业结构分析

一、企业数量结构分析

二、销售收入结构分析

第三节 2012-2013年中国户外广告行业产值分析

一、产成品增长分析

二、工业销售产值分析

三、出口交货值分析

第四节 2012-2013年中国户外广告行业成本费用分析

一、销售成本分析

二、费用分析

第五节 2012-2013年中国户外广告行业盈利能力分析

一、主要盈利指标分析

二、主要盈利能力指标分析

第八章 2012-2013年中国户外广告产品市场竞争格局分析

第一节 2012-2013年中国户外广告竞争现状分析

一、户外广告市场竞争力分析

二、户外广告品牌竞争分析

三、户外广告价格竞争分析

第二节 2012-2013年中国户外广告产业集中度分析

一、户外广告市场集中度分析

二、户外广告区域集中度分析

第三节 2012-2013年中国户外广告企业提升竞争力策略分析

第九章 户外广告行业成长性

第一节 户外广告行业固定资产增长

第二节 户外广告行业收入及利润增长

第三节 户外广告行业资产增长

第四节 户外广告行业成长驱动因素

第十章 户外广告行业盈利性

第一节 户外广告行业毛利率

第二节 户外广告行业净利率

第三节 户外广告行业资产利润率

第四节 影响户外广告行业盈利性的有利、不利因素

第十一章 2009-2013年中国户外广告进出口数据监测分析

第一节 2009-2013年中国户外广告进口数据分析

一、进口数量分析

二、进口金额分析

第二节 2009-2013年中国户外广告出口数据分析

一、出口数量分析

二、出口金额分析

第三节 2009-2013年中国户外广告进出口平均单价分析

第四节 2009-2013年中国户外广告进出口国家及地区分析

一、进口国家及地区分析

二、出口国家及地区分析

第十二章 中国户外广告行业重点品牌企业经营策略（企业可自选）

第一节 品牌一

- 一、品牌渠道结构
- 二、品牌渠道建设及管理
- 三、品牌渠道利润设计
- 四、品牌渠道建设对销售市场的影响
- 五、品牌厂商重点渠道结构变动及占比分析

第二节 品牌二

- 一、品牌渠道结构
- 二、品牌渠道建设及管理
- 三、品牌渠道利润设计
- 四、品牌渠道建设对销售市场的影响
- 五、品牌厂商重点渠道结构变动及占比分析

第三节 品牌三

- 一、品牌渠道结构
- 二、品牌渠道建设及管理
- 三、品牌渠道利润设计
- 四、品牌渠道建设对销售市场的影响
- 五、品牌厂商重点渠道结构变动及占比分析

第四节 品牌四

- 一、品牌渠道结构
- 二、品牌渠道建设及管理
- 三、品牌渠道利润设计
- 四、品牌渠道建设对销售市场的影响
- 五、品牌厂商重点渠道结构变动及占比分析

第五节 品牌五

- 一、品牌渠道结构
- 二、品牌渠道建设及管理
- 三、品牌渠道利润设计
- 四、品牌渠道建设对销售市场的影响
- 五、品牌厂商重点渠道结构变动及占比分析

第十三章 区域市场分析

第一节 各区域户外广告行业发展现状

一、华东地区

二、华北地区

三、华中地区

四、华南地区

五、东北地区

六、西部地区

第二节 各区域户外广告行业发展特征

一、华东地区

二、华北地区

三、华中地区

四、华南地区

五、东北地区

六、西部地区

第三节 各区域户外广告行业发展趋势

一、华东地区

二、华北地区

三、华中地区

四、华南地区

五、东北地区

六、西部地区

第四节 重点省市户外广告行业发展状况

第十四章 户外广告产业发展趋势预测分析

第一节 2014-2019年中国户外广告发展趋势分析

一、户外广告产业技术发展方向分析

二、户外广告竞争格局预测分析

三、户外广告行业发展预测分析

第二节 2014-2019年中国户外广告市场预测分析

一、户外广告供给预测分析

二、户外广告需求预测分析

三、户外广告进出口预测分析

第三节 2014-2019年中国户外广告市场盈利预测分析

第十五章 户外广告行业前景预测和策略建议

第一节 户外广告行业发展前景预测

- 一、用户需求变化预测
- 二、竞争格局发展预测
- 三、渠道发展变化预测
- 四、行业总体发展前景及市场机会分析

第二节 户外广告企业营销策略

- 一、价格策略
- 二、渠道建设与管理策略
- 三、促销策略
- 四、服务策略
- 五、品牌策略

第三节 户外广告企业投资策略

- 一、子行业投资策略
- 二、区域投资策略
- 三、产业链投资策略

第十六章 户外广告行业风险分析

第一节 户外广告行业环境风险

- 一、国际经济环境风险
- 二、汇率风险
- 三、宏观经济风险
- 四、宏观经济政策风险
- 五、区域经济变化风险

第二节 户外广告行业产业链上下游风险

- 一、上游行业风险
- 二、下游行业风险
- 三、其他关联行业风险

第三节 户外广告行业政策风险

- 一、产业政策风险
- 二、贸易政策风险
- 三、环保政策风险
- 四、区域经济政策风险

五、其他政策风险

第四节 户外广告行业市场风险

一、市场供需风险

二、价格风险

三、竞争风险

第五节 户外广告行业其他风险分析

第十七章 专家建议

图表目录：（部分）

图表：2005-2012年中国GDP总量及增长趋势图

图表：2012年中国月度CPI、PPI指数走势图

图表：2005-2013年我国城镇居民可支配收入增长趋势图

图表：2005-2013年我国农村居民人均纯收入增长趋势图

图表：1978-2010中国城乡居民恩格尔系数走势图

图表：2010.12-2013.12年我国工业增加值增速统计

图表：2005-2013年我国全社会固定资产投资额走势图（2012年不含农户）

图表：2005-2013年我国财政收入支出走势图 单位：亿元

图表：2005-2013年中国社会消费品零售总额增长趋势图

图表：2005-2013年我国货物进出口总额走势图

图表：2005-2013年中国货物进口总额和出口总额走势图

图表：2009-2013年我国人口及其自然增长率变化情况

图表：各年龄段人口比重变化情况

图表：2009-2013年中国户外广告进出口数量分析

图表：2009-2013年中国户外广告进出口金额分析

图表：2009-2013年中国户外广告进出口平均单价分析

图表：2009-2013年中国户外广告进出口国家及地区分析

图表：2009-2013年中国户外广告进出口数量分析

图表：2009-2013年中国户外广告进出口金额分析

图表：2009-2013年中国户外广告进出口平均单价分析

图表：2009-2013年中国户外广告进出口国家及地区分析

图表：2009-2013年中国户外广告进出口数量分析

图表：2009-2013年中国户外广告进出口金额分析

图表：2009-2013年中国户外广告进出口平均单价分析

图表：2009-2013年中国户外广告进出口国家及地区分析
略…

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201404/103704.html>