

2015-2020年中国光电广告市场监测及市场运行态势报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2015-2020年中国光电广告市场监测及市场运行态势报告》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/173870.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

第一章 光电广告相关概述

第一节 广告简介

- 一、广告的概念
- 二、广告的本质特点和要素
- 三、广告的分类和主要形式
- 四、广告媒体简介

第二节 光电广告的定义及优势

- 一、光电广告的概念
- 二、光电广告的划分
- 三、光电广告的优势
- 四、光电广告的影响及作用
- 五、光电广告的美学特征
- 六、光电广告的属性

第三节 光电广告制作工艺

- 一、光电广告制作的设备及工艺
- 二、光电广告牌面的照明工程设计步骤
- 三、光电广告制作的规范化
- 四、光电广告画面制作技巧及注意事项

第二章 2013-2-14年中国光电广告业行业发展环境分析

第一节 经济环境分析

- 一、社会消费品市场零售总额
- 二、国内生产总值GDP
- 三、城市化发展状况

第二节 光电广告业社会环境分析

- 一、居民消费水平分析
- 二、工业发展形势分析
- 三、居民家庭可支配收入和恩格尔系数
- 四、国内外贸易状况

第三章 2013-2014年广告行业发展剖析

第一节 2013-2014年世界广告行业发展状况

- 一、全球广告行业发展概况
- 二、2013年世界广告市场规模分析
- 三、2013年全球移动广告市场发展分析

四、2013年全球广告市场运行情况

五、2014年未来全球广告市场发展形势

第二节中国广告行业综合状况分析

一、中国广告业发展历经三大阶段

二、中国广告业的市场环境分析

三、中国光电广告业的基本情况分析

四、中国光电广告行业展受益政策支持

五、中国本土光电广告公司的SWOT分析

第三节2013-2014年中国广告行业发展状况

一、2013年中国广告行业发展态势良好

二、2013年中国广告市场运行状况分析

三、2013年广告业发展的政策环境分析

第四节中国光电广告业发展存在的问题及对策分析

一、中国光电广告业发展中的突出问题

二、中国光电广告在全球经济时代的发展症结

三、阻碍中国光电广告行业发展的因素解析

四、中国光电广告行业发展面临的任务

五、中国光电广告行业要实行集团化发展

第五节中国广告产业"十二五"规划回顾

一、面临的机遇

二、指导思想与基本原则

三、规划目标

四、重点任务

五、政策措施

第四章 2013-2014年光电广告业发展分析

第一节世界光电广告发展概况

一、国际光电广告发展历史

二、全球光电广告市场发展态势

第二节2013-2014年部分国家光电广告的发展

一、美国

二、日本

三、法国

第三节2013-2014年中国光电广告行业分析

一、中国光电广告行业发展现状

二、中国光电广告行业走向合众发展阶段

三、2011年中国光电广告行业发展状况

四、2013年中国光电广告市场分析

第四节2013-2014年中国部分地区光电广告的发展

一、北京

二、上海

三、广州

四、深圳

第五节中国光电广告业发展机遇分析

一、受众生活方式转变赋予光电广告更多传播空间

二、城市理念发展变革助推光电广告业优化转型

三、新农村与城镇化建设提升光电广告市场巨大空间

四、科技创新及应用推动光电广告进入全新发展阶段

五、市场开放推进光电广告业优化资源配置

第六节中国光电广告的相关政策分析

一、法律因素在光电广告发展中的作用

二、光电广告的设置与空间权的归属

三、光电广告登记的法律问题剖析

四、光电广告规范与发展的法律策略分析

第七节中国光电广告业发展的问题与对策

一、制约我国光电广告发展的瓶颈

二、中国光电广告行业发展的忧虑

三、农村光电广告资源亟待开发

四、光电广告业发展存在的问题及对策

五、推动国内光电广告业发展的建议

第五章 2013-2014年中国光电广告行业规模分析

第一节 2010-2013年光电广告行业市场规模

一、2010-2013年光电广告行业市场规模及增长

二、2013年光电广告行业市场需求结构

三、2013年光电广告行业地区结构

第二节 2010-2013年光电广告行业产值规模

一、2010-2013年光电广告行业产值规模及增长

二、2013年光电广告行业不同应用领域产值分布

第六章 2013-2014年中国光电广告受众及投放分析

第一节光电广告的投放原因及特点

一、投放光电广告的原因

- 二、光电广告在媒体领域地位
- 三、光电广告是具有高接受度的广告形式
- 四、光电广告的喜好度存在着地区的差异性

第二节 光电广告受众分析

- 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、受众接触最多的广告类型

第三节 2013年中国光电广告投放状况分析

- 一、2013年光电广告总体投放概况
- 二、2013年光电广告投放形势分析

第四节 2013年中国光电广告投放状况分析

- 一、2013年重点行业光电广告投放状况
- 二、2013年购物中心光电广告投放状况
- 三、2013年旅游行业光电广告投放形势
- 四、2013年住宅类光电广告投放状况
- 五、2013年城市交通领域光电广告投放状况

第五节 影响光电广告投放的要素分析

- 一、影响光电广告投放宏观因素分析
- 二、创意是吸引受众的最重要的要素
- 三、媒体组合能提高光电广告可信度
- 四、消费热点决定记忆程度

第七章 2012-2014年猪肉连锁零售业行业总体发展状况

第一节 光电广告行业盈利能力分析

第二节 光电广告行业偿债能力分析

第三节 光电广告行业营运能力分析

第四节 光电广告行业发展能力分析

第八章 2013-2014年光电广告主要形式

第一节 路牌广告

- 一、路牌广告是最为典型的光电广告形式
- 二、路牌广告的优势
- 三、路牌广告的作用及影响力
- 四、路牌光电广告关注度最高
- 五、路牌广告存在问题

第二节霓虹灯广告

- 一、霓虹灯色彩价值及作用
- 二、霓虹灯广告牌质量状况分析
- 三、我国霓虹灯广告发展迅速

第三节灯箱广告

- 一、灯箱广告概念
- 二、灯箱广告的类型
- 三、户外灯箱广告的特点和制作技术
- 四、灯箱广告图的工艺要求
- 五、灯箱广告发展势头迅猛

第四节公共交通广告

- 一、公共交通广告简介
- 二、车身广告简述
- 三、车体广告亟待规范
- 四、深度探析公交车广告存在的瓶颈及投放策略

第五节户外电子屏广告

- 一、户外电子屏广告的定义及特点
- 二、2013年户外电子屏广告市场整体概况
- 三、2013年户外电子屏广告主要细分市场分析
- 四、2013年LED户外电子屏广告市场分析
- 五、2013年户外电子屏广告市场运行简况
- 六、公交地铁移动电视广告市场反响良好

第六节机场光电广告

- 一、机场光电广告的优势
- 二、机场光电广告的核心价值分析
- 三、中国机场光电广告的特点
- 四、中国机场光电广告的状况
- 五、中国机场广告的定位及策略

第七节三面翻广告

- 一、三面翻简介
- 二、三面翻广告以其独特魅力迅速崛起
- 三、我国三面翻行业竞争状况
- 四、我国三面翻市场问题

第九章 2013-2014年光电广告行业重点企业分析

第一节清晰频道户外控股公司

- 一、公司简介
- 二、2012年企业经营状况
- 三、2013年企业经营状况
- 四、目标市场定位
- 五、企业优劣势
- 第二节德高集团（JCDECAUX）
- 一、公司简介
- 二、2012年企业经营状况
- 三、2013年企业经营状况
- 四、目标市场定位
- 五、企业优劣势
- 第三节TOM集团有限公司
- 一、公司简介
- 二、2012年企业经营状况
- 三、2013年企业经营状况
- 四、目标市场定位
- 五、企业优劣势
- 第四节白马户外媒体有限公司
- 一、公司简介
- 二、2012年企业经营状况
- 三、2013年企业经营状况
- 四、目标市场定位
- 五、企业优劣势
- 第五节大贺传媒股份有限公司
- 一、公司简介
- 二、2012年企业经营状况
- 三、2013年企业经营状况
- 四、目标市场定位
- 五、企业优劣势
- 第六节分众传媒控股有限公司
- 一、公司简介
- 二、2012年企业经营状况
- 三、2013年企业经营状况
- 四、目标市场定位
- 五、企业优劣势

第七节成都博瑞传播股份有限公司

一、公司简介

二、2012年企业经营状况

三、2013年企业经营状况

四、目标市场定位

五、企业优劣势

第十章 光电广告投资与发展趋势分析

第一节光电广告投资潜力及建议

一、光电广告受风投青睐

二、中国光电广告投资前景看好

三、光电广告行业的投资建议

第二节2015-2020年中国光电广告行业市场规模预测

一、影响中国光电广告行业市场因素分析

二、2015-2020年中国广告行业市场规模预测

三、2015-2020年中国广告行业产值规模预测

三、2015-2020年中国光电广告投放总额预测

第三节中国光电广告行业发展趋势

一、中国光电广告发展的趋势展望

二、光电广告未来的十大趋向分析

三、光电广告竞争焦点将转向二三线城市

四、D技术将广泛运用于光电广告领域

第四节各类型光电广告未来发展分析

一、霓虹灯广告应用前景广泛

二、灯箱广告市场潜力巨大

三、LED光电广告发展前景预测

四、公交地铁电子屏广告市场发展趋势

五、中国机场光电广告的发展趋势

第十一章光电广告行业市场竞争策略分析

第一节光电广告行业竞争结构分析

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第三节光电广告行业企业竞争策略分析

- 一、提高企业核心竞争力的对策
- 二、影响企业核心竞争力的因素及提升途径
- 三、提高企业竞争力的点评

第十二章 光电广告行业区域竞争格局

第一节 一线城市

- 一、光电广告行业发展状况
- 二、该地区光电广告行业发展存在的问题
- 三、一线城市受众分析
- 四、一线城市需求市场结构分析

第二节 二线城市

- 一、光电广告行业发展状况
- 二、该地区光电广告行业发展存在的问题
- 三、二线城市受众分析
- 四、二线城市需求市场结构分析

第三节 三四线城市

- 一、光电广告行业发展状况
- 二、该地区光电广告行业发展存在的问题
- 三、三四线城市受众分析
- 四、三四线城市需求市场结构分析

第十三章 2015-2020年光电广告业风险及投资分析

第一节 2015-2020年光电广告业风险及投资分析

- 一、竞争风险分析
- 二、政策风险分析
- 三、原材料风险分析
- 四、替代品风险分析

第二节 光电广告业营销策略分析及建议

- 一、营销模式
- 二、营销策略

第三节 光电广告业重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/173870.html>