

# 2024-2030年中国车身广告市场深度调研与前景趋势报告

报告大纲

共研网

[www.gonyn.com](http://www.gonyn.com)

## 一、报告简介

官网地址：<https://www.gonyn.com/report/1696264.html>

报告价格：电子版: 8000元 纸介版：8000元 电子和纸介版: 8500元

订购电话: 010-69365838 / 400-700-9228

电子邮箱: kefu@gonyn.com

联系人: 李经理

## 二、报告目录及图表目录

共研网发布的《2024-2030年中国车身广告市场深度调研与前景趋势报告》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。

### 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、延申性
- 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 2022-2023年世界户外广告产业运行态势分析

#### 第一节 2022-2023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、当前经济形势对世界广告业的影响

六、全球广告预算情况

## 第二节 2022-2023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 2023-2029年世界户外广告行业前景展望

# 第三章 2022-2023年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 2022-2023年世界车身广告市场运行形势分析

#### 第一节 2022-2023年世界车身广告产业运行现状分析

#### 第二节 2022-2023年世界主要国家车身广告产业动态分析

##### 一、美国

##### 二、英国

##### 三、日本

#### 第三节 2023-2029年世界车身广告产业趋势预测分析

### 第五章 中国车身广告产业运行环境分析

#### 第一节 中国宏观经济环境分析

#### 第二节 中国车身广告产业政策环境分析

#### 第三节 中国车身广告产业社会环境分析

### 第六章 2022-2023年中国户外广告行业运行动态透析

#### 第一节 2022-2023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 2022-2023年中国户外广告市场状况分析

##### 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 2022-2023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、2022-2023年中国影响户外广告投放的要素分析

#### 第四节 2022-2023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 2022-2023年中国车身广告行业研究统计分析

## 第一节 2022-2023年中国车身广告行业研究分析

- 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 2022-2023年外资对中国车身广告市场影响分析

## 第八章 2022-2023年中国户外广告受众及投放分析

### 第一节 2022-2023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 2022-2023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 2022-2023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 2022-2023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 2022-2023年中国车身广告市场竞争格局分析

### 第一节 2022-2023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 2022-2023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 中国广告公司提升竞争力策略分析

## 第十一章 2022-2023年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、2022-2023年经营状况分析

## 第二节 德高集团

- 一、企业概况
- 二、业界领先地位
- 三、2022-2023年中国市场发展

## 第三节 TOM集团有限公司

- 一、企业概况
- 二、公司竞争优势
- 三、2022-2023年经营状况

## 第四节 白马户外媒体有限公司

- 一、企业概况
- 二、主要产品
- 三、2022-2023年经营状况

## 第五节 大贺传媒股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、发展状况
- 三、2022-2023年发展及策略

## 第十二章 2022-2023年中国广告行业发展动态分析

### 第一节 2022-2023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 2022-2023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 2022-2023年中国广告业存在的主要问题探讨

## 第十三章 2022-2023年中国车身广告与城市交通——公交车关联性分析

### 第一节 2022-2023年中国城市交通现状



## 第二节 2022-2023年中国汽车产销及保有量分析

### 第三节 2022-2023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 2022-2023年中国车身广告与城市交通——公交车关联性分析

## 第十四章 2024-2030年中国车身广告市场前景预测

### 第一节 2024-2030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 2024-2030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 2024-2030年中国车身广告市场盈利预测分析

## 第十五章 2024-2030年中国车身广告市场投资战略研究

### 第一节 2022-2023年中国车身广告业投资环境分析

### 第二节 2024-2030年中国车身广告业投资机会分析

- 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 2024-2030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、竞争风险分析

### 第四节 研究中心专家建议分析

详细请访问：<https://www.gonyn.com/report/1696264.html>