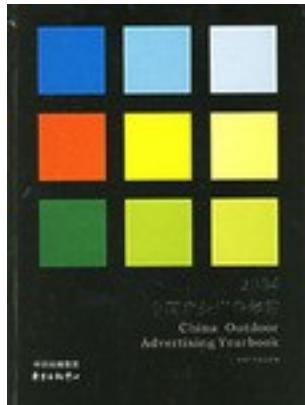


2004中国户外广告年鉴



[2004中国户外广告年鉴 下载链接1](#)

著者:张惠辛主编

出版者:上海东方出版社

出版时间:2005-4

装帧:精装

isbn:9787801863058

《中国户外广告年鉴2004》主要内容：户外广告是一个产业，其产业链已经形成，正在走向国际。在专业化基础上的规模化经营，是户外广告产业发展的方向。在未来几年规模化的市场竞争中，资本将处于主导的地位。我们努力将国内行业组织、各地主要户外广告公司的资料呈现给你，并加入台湾和港澳的内容，介绍近几年在研究方面的成果，相信你通过交流与协作，在知己知彼之后，能为自己谋划一个更好的未来。户外广告是一个知识与技术密集的创意产业，有着无尽的创想空间和运用可能。2004年全国各地“四新”展已成燎原之势，鱼龙混杂，“四新”乏新。我们四处求索，众说纷纭，只好收入一些趋势性分析文章，希望以后能够得到资深的您的帮助。我们呼吁政府与行业协会尽早制订、更新先进技术标准，保护知识产权，引导“四新”领域告别简单模仿与单一开发，走向协作与综合开发，实现重大突破。但愿以后有好的“四新”成果展现给您。

作者介绍:

目录:

[2004中国户外广告年鉴 下载链接1](#)

标签

评论

[2004中国户外广告年鉴 下载链接1](#)

书评

[2004中国户外广告年鉴 下载链接1](#)