

# 2020-2026年中国户外广告行业深度调研及投资前景预测报告

报告大纲

## 一、报告简介

智研咨询发布的《2020-2026年中国户外广告行业深度调研及投资前景预测报告》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.chyxx.com/research/201702/497517.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.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

户外广告是在建筑物外表或街道、广场等室外公共场所设立的霓虹灯、广告牌、海报等。户外广告是面向所有的公众，所以比较难以选择具体目标对象，但是户外广告可以在固定的地点长时期地展示企业的形象及品牌，因而对于提高企业和品牌的知名度是很有效的。

在中国的各类广告中，户外广告的历史最为悠久，自古以来经历过朝代更迭、时代转换，却历久弥新。在未来，户外广告的增长率将持续提升，预计在2021年将拥有711.5亿元的规模，成为线下广告中愈加重要的广告市场。

2015-2021年中国户外广告市场规模及增速

数据来源:公共资料整理

智研咨询发布的《2020-2026年中国户外广告行业深度调研及投资前景预测报告》共七章。首先介绍了户外广告行业市场发展环境、户外广告整体运行态势等，接着分析了户外广告行业市场运行的现状，然后介绍了户外广告市场竞争格局。随后，报告对户外广告做了重点企业经营状况分析，最后分析了户外广告行业发展趋势与投资预测。您若想对户外广告产业有个系统的了解或者想投资户外广告行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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：

第一章户外广告行业发展综述

1.1户外广告行业概述

1.1.1户外广告的定义

1.1.2户外广告的分类

(1)按媒体所处位置分类

(2)按广告表现性质分类

(3)按表现形式不同分类

(4)其他形式的分类

1.1.3户外广告的特征

(1)形态特征

(2)传播特征

1.1.4户外广告发布流程

(1)申请户外广告具备的条件

(2)申请发布户外广告的程序

1.1.5户外广告行业的地位及作用

- (1) 与城市建设的关系
- (2) 与城市文化形象的关系
- (3) 与城市经济发展的关系
- 1.2 户外广告行业种群分析
  - 1.2.1 媒介生态种群概述
    - (1) 媒介生态种群定义
    - (2) 媒介生态种群特征
  - 1.2.2 户外广告行业种群结构分析
    - (1) 户外广告行业的主要种群
    - (2) 户外广告行业的种群间关系
  - 1.2.3 户外广告行业种群矛盾分析
    - (1) 广告主种群与广告媒介种群矛盾
    - (2) 广告公司种群内部矛盾
    - (3) 广告公司种群与资本种群间矛盾
- 1.3 户外广告行业发展环境分析
  - 1.3.1 行业管理规范
    - (1) 行业监管部门
    - (2) 行业法规政策
    - (3) 行业相关标准
  - 1.3.2 经济环境分析
    - (1) 国际宏观经济环境分析
    - (2) 国内宏观经济环境分析
    - (3) 宏观环境对本行业影响
  - 1.3.3 社会环境分析
    - (1) 文化环境分析
    - (2) 消费情况分析
    - (3) 城市环境分析
- 第二章 户外广告行业发展分析
  - 2.1 国际户外广告行业发展分析
    - 2.1.1 国际户外广告行业发展历程
    - 2.1.2 国际户外广告行业整体状况
    - 2.1.3 美国户外广告行业发展分析
    - 2.1.4 欧洲户外广告行业发展分析
    - 2.1.5 亚洲国家户外广告行业发展分析
    - 2.1.6 国际户外广告行业发展前景分析

## 2.2中国户外广告行业发展历程分析

### 2.2.1中国户外广告行业发展历程

- (1) 恢复发展期
- (2) 改革发展期
- (3) 膨胀发展期
- (4) 平稳发展期
- (5) 迅速发展期

### 2.2.2中国户外广告行业发展现状

#### 2015-2021年中国不同场景户外广告市场份额

数据来源:公共资料整理

#### 2018-2021年中国不同场景户外广告复合增长率

数据来源:公共资料整理

- (1) 行业集中度明显增加
- (2) 广告策划达到专业水准
- (3) 户外广告更加重视创意
- (4) 广告媒体资源争夺激烈

## 2.3中国户外广告行业市场分析

### 2.3.1户外广告行业市场规模分析

### 2.3.2户外广告投放品牌分析

### 2.3.3户外广告投放行业分析

### 2.3.4户外媒体价格变化分析

### 2.3.5户外广告行业利润分析

## 2.4中国户外广告行业竞争分析

### 2.4.1户外广告行业竞争状况分析

- (1) 户外广告行业竞争现状分析
- (2) 户外广告行业竞争格局分析
- (3) 户外广告行业潜在威胁分析

### 2.4.2户外广告行业投资兼并与重组分析

## 2.5中国户外广告行业发展挑战与机遇

### 2.5.1户外广告行业发展的挑战

### 2.5.2户外广告行业发展的机遇

## 第三章户外广告受众及投放效果分析

### 3.1户外广告受众分析

#### 3.1.1户外广告受众生活形态分析

- (1) 受众户外时间分析

- (2) 受众交通工具选择
- 3.1.2 户外广告受众广告接触习惯
  - (1) 受众对户外广告的接触频度分析
  - (2) 不同年龄受众户外广告接触情况
  - (3) 不同收入受众户外广告接触情况
- 3.1.3 户外广告受众认知心理分析
  - (1) 受众对户外广告的认知情况
  - (2) 户外广告受众的偏好分析
- 3.1.4 户外广告受众心理需求分析
- 3.2 户外广告投放效果分析
  - 3.2.1 户外广告环境对投放效果影响分析
  - 3.2.2 户外广告创意对投放效果影响分析
  - 3.2.3 户外广告投放时机对效果影响分析
  - 3.2.4 户外广告媒体类型对效果影响分析
- 3.3 户外广告设计及其投放建议
  - 3.3.1 户外广告设计策略
    - (1) 提升户外广告的注意力
    - (2) 增强户外广告的记忆度
    - (3) 扩张广告的印象空间
    - (4) 户外广告情感体验设计
  - 3.3.2 户外广告投放建议
    - (1) 户外广告投放时间选择
    - (2) 户外广告投放地段选择
    - (3) 户外广告投放媒体类型选择
- 第四章 户外广告行业主要细分市场分析
  - 4.1 户外电子屏广告市场分析
    - 4.1.1 户外电子屏广告市场定义及分类
      - (1) 户外电子屏广告市场定义
      - (2) 户外电子屏广告市场分类
    - 4.1.2 户外电子屏广告市场现状分析
      - (1) 户外电子屏广告市场整体规模
      - (2) 户外电子屏广告市场竞争格局
      - (3) 户外电子屏广告主规模
    - 4.1.3 户外电子屏广告细分领域分析
      - (1) 户外电子屏广告细分领域规模

- (2) 公交地铁电子屏广告市场分析
- (3) 商业楼宇电子屏广告市场分析
- (4) 航空电子屏广告市场分析
- 4.1.4 户外电子屏广告市场发展趋势
  - (1) 户外电子屏广告促进因素分析
  - (2) 户外电子屏广告市场规模预测
- 4.2 公交车身广告市场分析
  - 4.2.1 公交车身广告定义及特点
    - (1) 公交车身广告定义
    - (2) 公交车身广告特点
    - (3) 公交车身广告优势
  - 4.2.2 公交车身广告市场现状分析
    - (1) 公交车身广告市场规模
    - (2) 公交车身广告市场竞争情况
    - (3) 公交车身广告区域市场情况
  - 4.2.3 公交车身广告投放情况分析
    - (1) 公交车身广告投放行业分析
    - (2) 公交车身广告投放品牌分析
  - 4.2.4 公交车身广告投放效果分析
    - (1) 公交车身广告投放效果影响因素
    - (2) 公交车身广告投放效果评测分析
    - (3) 公交车身广告投放效果预测
- 4.3 电梯平面广告市场分析
  - 4.3.1 电梯平面广告基本情况
    - (1) 电梯平面广告基本尺寸
    - (2) 电梯平面广告基本形式
    - (3) 电梯平面广告画面制造
    - (4) 电梯平面广告目标受众
  - 4.3.2 电梯平面广告市场现状分析
    - (1) 电梯平面广告市场发展状况
    - (2) 电梯平面广告区域市场情况
  - 4.3.3 电梯平面广告投放情况分析
    - (1) 电梯平面广告投放覆盖面分析
    - (2) 电梯平面广告投放行业分析
    - (3) 电梯平面广告投放品牌分析

#### 4.3.4 电梯平面广告投放效果分析

- (1) 电梯平面广告到达率评估
- (2) 目标受众的评价
- (3) 电梯平面广告的效果体现

#### 4.4 户外广告其他细分市场分析

##### 4.4.1 射灯广告市场分析

- (1) 射灯广告市场发展现状
- (2) 射灯广告市场发展趋势

##### 4.4.2 候车亭广告市场分析

- (1) 候车亭广告市场发展现状
- (2) 候车亭广告市场发展趋势

##### 4.4.3 单立柱广告市场分析

- (1) 单立柱广告市场发展现状
- (2) 单立柱广告市场发展趋势

##### 4.4.4 霓虹灯广告市场分析

- (1) 霓虹灯广告市场发展现状
- (2) 霓虹灯广告市场发展趋势

#### 第五章 户外广告行业区域市场分析

##### 5.1 户外广告行业市场区域发展概况

##### 5.2 一线城市户外广告行业市场分析

###### 5.2.1 一线城市户外广告行业市场发展概况

###### 5.2.2 北京市户外广告行业市场发展分析

- (1) 北京市户外广告行业管理规范
- (2) 北京市户外广告行业市场现状
- (3) 北京市户外广告媒体资源分析
- (4) 北京市户外广告行业竞争情况

###### 5.2.3 上海市户外广告行业市场发展分析

###### 5.2.4 广州市户外广告行业市场发展分析

###### 5.2.5 深圳市户外广告行业市场发展分析

##### 5.3 二、三线城市户外广告行业市场分析

###### 5.3.1 二、三线城市户外广告行业市场发展概况

###### 5.3.2 武汉市户外广告行业市场发展分析

###### 5.3.3 南京市户外广告行业市场发展分析

###### 5.3.4 杭州市户外广告行业市场发展分析

###### 5.3.5 成都市户外广告行业市场发展分析

5.3.6长沙市户外广告行业市场发展分析

5.3.7重庆市户外广告行业市场发展分析

第六章户外广告行业领先企业经营分析

6.1户外广告行业企业总体发展状况

6.2户外广告行业领先企业经营分析

6.2.1分众传媒控股有限公司经营情况分析

(1)企业发展简况分析

(2)主要经济指标分析

(3)企业组织架构分析

(4)企业产品服务分析

(5)企业户外媒体资源分析

(6)企业服务区域分析

6.2.2华视传媒集团有限公司经营情况分析

(1)企业发展简况分析

(2)主要经济指标分析

(3)企业组织架构分析

(4)企业产品服务分析

(5)企业户外媒体资源分析

(6)企业服务区域分析

6.2.3航美传媒集团经营情况分析

(1)企业发展简况分析

(2)主要经济指标分析

(3)企业组织架构分析

(4)企业产品服务分析

(5)企业户外媒体资源分析

(6)企业服务区域分析

6.2.4海南白马广告媒体投资有限公司经营情况分析

(1)企业发展简况分析

(2)主要经济指标分析

(3)企业组织架构分析

(4)企业产品服务分析

(5)企业户外媒体资源分析

(6)企业服务区域分析

6.2.5德高中国集团经营情况分析

(1)企业发展简况分析

- (2) 主要经济指标分析
- (3) 企业组织架构分析
- (4) 企业产品服务分析
- (5) 企业户外媒体资源分析
- (6) 企业服务区域分析

#### 6.2.6大贺传媒股份有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 主要经济指标分析
- (3) 企业组织架构分析
- (4) 企业产品服务分析
- (5) 企业户外媒体资源分析
- (6) 企业服务区域分析

#### 6.2.7华语传媒

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 主要经济指标分析
- (3) 企业组织架构分析
- (4) 企业产品服务分析
- (5) 企业户外媒体资源分析
- (6) 企业服务区域分析

#### 6.2.8触动传媒

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 主要经济指标分析
- (3) 企业组织架构分析
- (4) 企业产品服务分析
- (5) 企业户外媒体资源分析
- (6) 企业服务区域分析

#### 6.2.9华铁传媒

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 主要经济指标分析
- (3) 企业组织架构分析
- (4) 企业产品服务分析
- (5) 企业户外媒体资源分析
- (6) 企业服务区域分析

#### 6.2.10中铁传媒有限公司

- (1) 企业发展简况分析

- (2) 主要经济指标分析
- (3) 企业组织架构分析
- (4) 企业产品服务分析
- (5) 企业户外媒体资源分析
- (6) 企业服务区域分析

## 第七章2020-2026年户外广告行业投资分析与前景预测

### 7.1户外广告行业投资分析 (ZY LII)

#### 7.1.1户外广告行业投资特性分析

#### 7.1.2户外广告行业投资现状分析

#### 7.1.3户外广告行业投资风险分析

#### 7.1.4户外广告行业投资机会分析

### 7.2户外广告行业前景预测

#### 7.2.1户外广告行业发展趋势分析

#### 7.2.2户外广告行业发展前景预测

### 7.3户外广告行业投资建议

#### 7.3.1户外广告行业投资价值 (ZY LII)

#### 7.3.2户外广告行业可投资方向

#### 7.3.3户外广告行业投资方式建议

部分图表目录：

图表1户外广告按动态性分类

图表2户外广告按动态性分类

图表3户外广告行业相关法规政策

图表4户外广告行业相关标准

图表52015-2019年国内生产总值季度累计同比增长率 (%)

图表62019年居民消费价格主要数据

图表72015-2019年居民消费价格指数 (上年同月=100)

图表82019年按收入来源分的全国居民人均可支配收入及占比

图表92015-2019年工业增加值月度同比增长率 (%)

图表102015-2019年固定资产投资完成额月度累计同比增长率 (%)

图表112015-2019年全球户外广告需求规模预测

图表122019年我国户外广告投放

图表132019年我国户外广告投放品牌

图表142019年我国户外广告投放行业

图表15户外广告现有市场对新进入者的威胁

图表162019年户外电子屏广告市场

图表172019年户外电子屏广告细分市场规模

图表182019年一线城市户外广告投放重点

图表19二三线城市户外广告投放

图表202015-2019年分众传媒控股有限公司资产负债率变化情况

图表212015-2019年分众传媒控股有限公司产权比率变化情况

图表222015-2019年分众传媒控股有限公司固定资产周转次数情况

图表232015-2019年分众传媒控股有限公司流动资产周转次数变化情况

图表242015-2019年分众传媒控股有限公司总资产周转次数变化情况

图表252015-2019年分众传媒控股有限公司销售毛利率变化情况

图表262015-2019年华视传媒集团有限公司资产负债率变化情况

图表272015-2019年华视传媒集团有限公司产权比率变化情况

图表282015-2019年华视传媒集团有限公司固定资产周转次数情况

图表292015-2019年华视传媒集团有限公司流动资产周转次数变化情况

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201702/497517.html>