2020-2026年中国户外广告行业市场消费调查及投资机会预测报告

报告大纲

智研咨询
www.chyxx.com

一、报告简介

智研咨询发布的《2020-2026年中国户外广告行业市场消费调查及投资机会预测报告》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/201909/788395.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。

2018年中国交通出行场景户外广告市场规模达218亿元，同比增长率为8.4%，随着机场、铁路、公交和城轨等交通网络的不断扩展，交通出行场景的户外广告规模也将维持着较为稳定的增速同步发展，预计市场规模将于2021年达到265.1亿元。

2016-2021年中国影院户外广告市场规模及预测

智研咨询发布的《2020-2026年中国户外广告行业市场消费调查及投资机会预测报告》共十三章。首先介绍了中国户外广告行业市场发展环境、户外广告整体运行态势等，接着分析了中国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，最后分析了中国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中国户外广告行业，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相关概述
1.1广告简介
1.1.1广告的概念
1.1.2广告的本质特点和要素
1.1.3广告的分类和主要形式
1.1.4广告媒体简介
1.2户外广告的相关概述
1.2.1简介
1.2.2形式
1.2.3类型
1.2.4优缺点
1.2.5设计
1.2.6影响及作用
1.3户外广告制作工艺

1.3.1户外广告制作的规范化
1.3.2户外广告制作的设备及工艺
1.3.3户外广告牌面的照明工程设计步骤
1.3.4户外广告画面制作技巧及注意事项
第二章户外广告行业市场特点概述
2.1行业市场概况
2.1.1行业市场特点
2.1.2行业市场化程度
2.1.3行业利润水平及变动趋势
2.2进入本行业的主要障碍
2.2.1资金准入障碍
2.2.2市场准入障碍
2.2.3技术与人才障碍
2.2.4其他障碍
2.3行业的周期性、区域性
2.3.1行业周期分析
1、行业的周期波动性
2、行业产品生命周期
2.3.2行业的区域性
2.4行业与上下游行业的关联性
2.4.1行业产业链概述
2.4.2上游产业分布
2.4.3下游产业分布
第三章2015-2019年中国户外广告行业发展环境分析
3.1户外广告行业政治法律环境（P）
3.1.1行业主管部门分析
3.1.2行业监管体制分析
3.1.3行业主要法律法规
3.1.4相关产业政策分析
3.1.5行业相关发展规划
3.1.6政策环境对行业的影响
3.2户外广告行业经济环境分析（E）
3.2.1宏观经济形势分析
3.2.2宏观经济环境对行业的影响分析
3.3户外广告行业社会环境分析（S）

3.3.1户外广告产业社会环境
3.3.2社会环境对行业的影响
3.4户外广告行业技术环境分析（T）
3.4.1户外广告技术分析
3.4.2户外广告技术发展水平
3.4.3行业主要技术发展趋势
3.4.4技术环境对行业的影响
第四章全球户外广告所属行业发展概述
4.12015-2019年全球户外广告行业发展情况概述
4.1.1全球户外广告行业发展现状
4.1.2全球户外广告行业发展特征
4.1.3全球户外广告行业市场规模
4.22015-2019年全球主要地区户外广告行业发展状况
4.2.1欧洲户外广告行业发展情况概述
4.2.2美国户外广告行业发展情况概述
4.2.3日韩户外广告行业发展情况概述
4.32020-2026年全球户外广告行业发展前景预测
4.3.1全球户外广告行业市场规模预测
4.3.2全球户外广告行业发展前景分析
4.3.3全球户外广告行业发展趋势分析
4.4全球户外广告行业重点企业发展动态分析
第五章中国户外广告所属行业发展概述
5.1中国户外广告行业发展状况分析
5.1.1中国户外广告行业发展阶段
5.1.2中国户外广告行业发展总体概况
5.1.3中国户外广告行业发展特点分析
5.22015-2019年户外广告所属行业发展现状
5.2.12015-2019年中国户外广告所属行业市场规模
2016-2021中国交通出行户外广告市场规模走势

5.2.22015-2019年中国户外广告行业发展分析
5.2.32015-2019年中国户外广告企业发展分析
5.3城市户外广告管理分析
5.3.1户外广告管理主要内容
5.3.2城市户外广告管理问题

5.3.3城市户外广告管理建议
5.4中国户外广告业发展的问题与对策
5.4.1户外广告监管存在问题
5.4.2农村户外广告发展问题
5.4.3数字标牌户外发展问题
5.4.4农村户外广告发展对策
5.4.5户外广告监管对策建议
第六章中国户外广告行业市场运行分析
6.12015-2019年中国户外广告所属行业总体规模分析
6.1.1企业数量结构分析
6.1.2人员规模状况分析
6.1.3所属行业资产规模分析
6.1.4所属行业市场规模分析
6.22015-2019年中国户外广告行业市场供需分析
6.2.1中国户外广告所属行业供给分析
6.2.2中国户外广告所属行业需求分析
6.2.3中国户外广告所属行业供需平衡
6.32015-2019年中国户外广告所属行业财务指标总体分析
6.3.1所属行业盈利能力分析
6.3.2所属行业偿债能力分析
6.3.3所属行业营运能力分析
6.3.4所属行业发展能力分析
第七章2015-2019年中国户外广告受众及投放分析
7.1户外广告的投放原因及特点
7.1.1户外广告市场投放的原因分析
7.1.2户外广告具备较好的宣传优势
7.1.3户外广告具有较高的受众接受度
7.1.4户外广告的喜好度存在地区差异
7.2户外广告受众分析
7.2.1受众在户外度过的时间
7.2.2受众对交通工具的选择
7.2.3受众接触户外媒体的黄金时间
7.2.4受众接触户外媒体的黄金地段
7.2.5车身广告的受众接触率最高
7.32015-2019年各行业户外广告投放状况分析

7.3.1户外广告投放重点行业分析
7.3.2食品行业户外广告投放状况
7.3.3旅游行业户外广告投放状况
7.3.4房地产业户外广告投放状况
7.3.5其他行业户外广告投放情况
7.4影响户外广告投放的要素分析
7.4.1影响户外广告投放宏观因素
7.4.2创意是吸引受众的重要因素
7.4.3广告环境影响户外广告效果
7.4.4户外广告投放的创新思路
7.4.5媒体组合能提高可信度
7.4.6消费热点决定记忆程度
第八章2015-2019年中国户外广告的主要形式
8.1路牌广告
8.1.1户外广告的典型
8.1.2路牌广告的优势
8.1.3路牌广告的作用及影响力
8.1.4路牌户外广告关注度最高
8.1.5广告牌投放要考虑的因素
8.1.6路牌广告价格的影响因素
8.1.7路牌广告发展存在问题
8.2霓虹灯广告
8.2.1霓虹灯色彩价值及作用
8.2.2霓虹灯广告牌质量状况
8.2.3霓虹灯广告市场前景分析
8.3灯箱广告
8.3.1灯箱广告概念
8.3.2灯箱广告的类型
8.3.3灯箱广告的特点及制作
8.3.4灯箱广告图的工艺要求
8.3.5灯箱广告市场发展展望
8.4公共交通广告
8.4.1车身广告简述
8.4.2车身广告效益分析
8.4.3车体广告亟待规范

8.4.4公交广告公司的发展对策
8.4.5公交车身广告的问题及对策
8.4.6公交车广告的瓶颈及投放策略
8.4.7公交地铁移动电视广告获青睐
8.4.8公交移动电视广告投放策略
8.5户外电子屏广告
8.5.1户外电子屏广告的定义及特点
8.5.2LED显示屏户外媒体的优势
8.5.3户外电子屏广告市场概况
8.5.4户外电子屏广告市场规模
8.5.5户外电子屏行业运行特点
8.5.6LED户外广告发展革新
8.5.7户外LED媒体行业发展趋势
8.5.8户外LED显示屏媒体前景广阔
8.6机场户外广告
8.6.1机场户外广告的优势
8.6.2机场户外广告的核心价值
8.6.3机场户外广告运行新特点
8.6.4中国机场媒体应理性发展
8.6.5机场户外媒体呈现新趋势
8.6.6我国机场广告市场容量预测
8.7三面翻广告
8.7.1三面翻简介
8.7.2三面翻广告的分类
8.7.3三面翻广告迅速崛起
8.7.4三面翻行业竞争状况
8.7.5我国三面翻市场问题
8.8其他户外广告形式
8.8.1POP广告的发展
8.8.2热气球广告的优势
8.8.3社区广告直指传播终端
8.8.4我国墙体广告的发展
第九章中国户外广告行业市场竞争格局分析
9.1中国户外广告行业竞争格局分析
9.1.1户外广告行业区域分布格局

9.1.2户外广告行业企业规模格局
9.1.3户外广告行业企业性质格局
9.2中国户外广告行业竞争五力分析
9.2.1户外广告行业上游议价能力
9.2.2户外广告行业下游议价能力
9.2.3户外广告行业新进入者威胁
9.2.4户外广告行业替代产品威胁
9.2.5户外广告行业现有企业竞争
9.3中国户外广告行业竞争SWOT分析
9.3.1户外广告行业优势分析（S）
9.3.2户外广告行业劣势分析（W）
9.3.3户外广告行业机会分析（O）
9.3.4户外广告行业威胁分析（T）
9.4中国户外广告行业投资兼并重组整合分析
9.4.1投资兼并重组现状
9.4.2投资兼并重组案例
9.5中国户外广告行业重点企业竞争策略分析
第十章中国户外广告行业领先企业竞争力分析
10.1分众传媒信息技术股份有限公司
10.1.1企业发展基本情况
10.1.2企业主要产品分析
10.1.3企业竞争优势分析
10.1.4企业经营状况分析
10.1.5企业最新发展动态
10.1.6企业发展战略分析
10.2航美传媒集团
10.2.1企业发展基本情况
10.2.2企业主要产品分析
10.2.3企业竞争优势分析
10.2.4企业经营状况分析
10.2.5企业最新发展动态
10.2.6企业发展战略分析
10.3华视传媒集团有限公司
10.3.1企业发展基本情况
10.3.2企业主要产品分析

10.3.3企业竞争优势分析
10.3.4企业经营状况分析
10.3.5企业最新发展动态
10.3.6企业发展战略分析
10.4德高广告(上海)有限公司
10.4.1企业发展基本情况
10.4.2企业主要产品分析
10.4.3企业竞争优势分析
10.4.4企业经营状况分析
10.4.5企业最新发展动态
10.4.6企业发展战略分析
10.5海南白马广告媒体投资有限公司
10.5.1企业发展基本情况
10.5.2企业主要产品分析
10.5.3企业竞争优势分析
10.5.4企业经营状况分析
10.5.5企业最新发展动态
10.5.6企业发展战略分析
10.6TOM集团
10.6.1企业发展基本情况
10.6.2企业主要产品分析
10.6.3企业竞争优势分析
10.6.4企业经营状况分析
10.6.5企业最新发展动态
10.6.6企业发展战略分析
10.7巴士在线股份有限公司
10.7.1企业发展基本情况
10.7.2企业主要产品分析
10.7.3企业竞争优势分析
10.7.4企业经营状况分析
10.7.5企业最新发展动态
10.7.6企业发展战略分析
10.8号百信息服务有限公司
10.8.1企业发展基本情况
10.8.2企业主要产品分析

10.8.3企业竞争优势分析
10.8.4企业经营状况分析
10.8.5企业最新发展动态
10.8.6企业发展战略分析
10.9大贺传媒股份有限公司
10.9.1企业发展基本情况
10.9.2企业主要产品分析
10.9.3企业竞争优势分析
10.9.4企业经营状况分析
10.9.5企业最新发展动态
10.9.6企业发展战略分析
10.10百灵时代传媒集团
10.10.1企业发展基本情况
10.10.2企业主要产品分析
10.10.3企业竞争优势分析
10.10.4企业经营状况分析
10.10.5企业最新发展动态
10.10.6企业发展战略分析
第十一章2020-2026年中国户外广告行业发展趋势与前景分析
11.12020-2026年中国户外广告市场发展前景
11.1.12020-2026年户外广告市场发展潜力
11.1.22020-2026年户外广告市场发展前景展望
11.1.32020-2026年户外广告细分行业发展前景分析
1、霓虹灯广告应用前景广泛
2、灯箱广告市场潜力巨大
3、LED户外广告发展前景预测
4、公交地铁电子屏广告市场趋势
5、机场户外广告发展趋势
11.22020-2026年中国户外广告市场发展趋势预测
11.2.12020-2026年户外广告行业发展趋势
1、户外广告行业未来趋势
2、户外广告行业发展方向
3、户外广告竞争焦点转移
4、3D技术将广泛用于户外广告
11.2.22020-2026年户外广告市场规模预测

11.2.32020-2026年户外广告行业应用趋势预测
11.32020-2026年中国户外广告行业供需预测
11.3.12020-2026年中国户外广告行业供给预测
11.3.22020-2026年中国户外广告行业需求预测
11.3.32020-2026年中国户外广告供需平衡预测
11.4影响企业生产与经营的关键趋势
11.4.1行业发展有利因素与不利因素
11.4.2需求变化趋势及新的商业机遇预测
1、中国户外广告业发展机遇分析
2、城镇化建设提升市场空间
3、多屏互动资源整合态势
4、大数据应用营销精准化
5、“互联网+”热潮的影响
11.4.3影响企业销售与服务方式的关键趋势
第十二章2020-2026年中国户外广告行业投资前景
12.1户外广告行业投资现状分析
12.1.1户外广告行业投资规模分析
12.1.2户外广告行业投资资金来源构成
12.2户外广告行业投资特性分析
12.2.1户外广告行业进入壁垒分析
12.2.2户外广告行业盈利模式分析
12.2.3户外广告行业盈利因素分析
12.3户外广告行业投资机会分析
12.3.1产业链投资机会
12.3.2细分市场投资机会
12.3.3重点区域投资机会
12.3.4产业发展的空白点分析
12.4户外广告行业投资风险分析
12.4.1户外广告行业政策风险
12.4.2宏观经济风险
12.4.3市场竞争风险
12.4.4关联产业风险
12.4.5产品结构风险
12.4.6技术研发风险
12.4.7其他投资风险

12.5户外广告行业投资潜力与建议
12.5.1户外广告行业投资潜力分析
12.5.2户外广告行业最新投资动态
12.5.3户外广告行业投资机会与建议
第十三章研究结论及建议（ZY-GXH）
13.1研究结论
13.2建议
13.2.1行业发展策略建议
13.2.2行业投资方向建议（ZY-GXH）
13.2.3行业投资方式建议
图表目录：
图表：户外广告行业特点
图表：户外广告行业生命周期
图表：户外广告行业产业链分析
图表：2015-2019年户外广告行业市场规模分析
图表：2020-2026年户外广告行业市场规模预测
图表：中国本土广告公司的SWOT分析
图表：广告产业增长率与GDP增长率比较
图表：中国、美国、日本广告产业占GDP比重
图表：全国广告市场投放整体趋势
图表：2015-2019年各媒体类型广告花费占比
图表：四大媒体广告花费同比变化
图表：全国广告市场-电视媒体投放趋势
图表：电视媒体-全国各区域广告市场刊例收益
图表：电视媒体-广告主投放花费
图表：全国广告市场-广播媒体投放趋势
图表：广播媒体-细分小类广告投放花费
图表：中国互联网广告市场规模及增速
图表：全球户外广告需求规模
图表：欧洲城市居民对互动技术的认知情况
图表：欧洲用户对户外广告的反应类型
图表：2019年主要行业户外广告投放增速
图表：2019年前20位户外广告投放品牌
图表：2015-2019年食品行业广告投放量
更多图表见正文……

详细请访问：https://www.chyxx.com/research/201909/788395.html