

# 2017-2022年中国户外电子屏广告市场运行态势及 投资战略研究报告

报告大纲

## 一、报告简介

智研咨询发布的《2017-2022年中国户外电子屏广告市场运行态势及投资战略研究报告》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/201609/449670.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

户外电子屏广告市场自2009年金融危机以来持续增长，2010年和2011年的增长率分别达到8.35%和37.26%。2012年及2013年行业增长速度趋缓，这主要是由于市场份额占比较高的商业楼宇电子屏与公交地铁电子屏等交通枢纽或交通工具内的电子屏市场规模增速放缓所致。2014年户外电子屏广告市场规模达到101.3亿元，较2013年增长11.56%。

### 2009-2014年户外电子屏市场规模

智研咨询发布的《2017-2022年中国户外电子屏广告市场运行态势及投资战略研究报告》共十四章。首先介绍了户外电子屏广告产业相关概念及发展环境，接着分析了中国户外电子屏广告行业规模及消费需求，然后对中国户外电子屏广告行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国户外电子屏广告行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国户外电子屏广告行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将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家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：

#### 第一部分 行业发展现状 12

##### 第一章 户外电子屏广告行业发展综述 12

##### 第一节 户外电子屏广告市场定义 12

###### 一、定义 12

###### 二、服务模式 12

###### 三、分类 14

##### 第二节 户外电子屏广告的作用及规划原则 15

###### 一、户外电子屏广告的作用 15

###### 二、未来户外广告规划原则 16

##### 第三节 户外电子屏广告是户外广告和电视媒体的结合 17

###### 一、传统户外广告的视频化 17

###### 二、电视媒体的户外化 17

###### 三、户外广告和电视媒体结合 18

##### 第四节 户外电子屏广告专业术语介绍 19

###### 一、市场规模 19

###### 二、广告主客户 19

###### 三、电子屏数量 19

- 四、千人成本 19
- 五、广告环境及编辑环境 19
- 六、到达率及收视率 20
- 七、电视媒体 20
- 八、其他术语 21
- 第二章 户外电子屏广告市场媒体发展概述 22
  - 第一节 户外视频媒体广告市场媒体简介 22
    - 一、户外电子屏种类介绍 22
    - 二、户外电子屏媒体分类 23
    - 三、户外视频媒体与传统电视媒体的比较分析 24
  - 第二节 户外LED显示屏概述 26
    - 一、简介 26
    - 二、媒体 26
    - 三、注意事项 27
    - 四、户外LED显示屏与室内LED显示屏的区别 28
  - 第三节 户外LCD显示屏概述 29
    - 一、户外液晶显示屏与普通显示器的区别 29
    - 二、户外液晶广告机介绍 29
    - 三、户外LCD广告机与户外LED广告机的区别 30
  - 第四节 户外电子显示屏的市场思考 32
    - 一、户外广告新媒体的利用特点 32
    - 二、户外广告新媒体的创新价值 32
    - 三、户外电子显示屏媒体的市场新思考 34
  - 第五节 电子显示屏的市场供给分析 36
    - 一、液晶显示屏产量 36
    - 二、LED产量分析 37
    - 三、显示器产量 38
    - 四、彩色电视机产量 38

2016年中国彩色电视机产量为1349.8万台，同比增长15.1%。2016年止累计中国彩色电视机产量7875.8万台，同比增长13%。

2016年全国彩色电视机产量数据表如下表所示： 月份 彩色电视机产量\_当期值(万台)

彩色电视机产量\_累计值(万台) 彩色电视机产量\_同比增长(%) 彩色电视机产量\_累计增长(%)  
2016年 1349.8 7875.8 15.1 13 2016年 1272.3 6527.7 10.3 12.8 2016年 1423.4 5240.8 1.8  
12 2016年 1579 3827.9 25.2 16.9 2016年2月 - 2250 - 11.5

数据来源：国家统计局，智研咨询整理

2016年全国彩色电视机产量统计图

第三章 户外电子屏广告行业市场环境及影响分析(PEST) 39

第一节 行业政治法律环境(P) 39

一、中华人民共和国广告法 39

二、户外广告登记管理规定 55

三、广播电视广告播出管理办法 61

四、地方继续治理户外广告市场 67

第二节 行业经济环境分析(E) 68

一、经济发展总体分析 68

二、广告行业发展分析 77

第三节 行业社会环境分析(S) 79

一、居民出行时间增多使户外媒体的接触时间和频次增多 79

二、中产阶级将逐步成为社会阶层的主要部分 79

三、二三线城市渐成广告主新宠 80

四、居民抗议LED大屏幕光污染 80

五、广告主会把销售渠道向更多小城市扩展 81

第四节 行业技术环境分析(T) 81

一、互动广告技术和模式的开发 81

二、数字标牌技术改进丰富广告展示手段 81

第二部分 行业全景调研 82

第四章 2014-2016年我国户外电子屏广告行业运行现状分析 82

第一节 户外电子屏广告发展现状 82

一、国外发展现状 82

二、国内发展现状 83

第二节 户外电子屏广告规模分析 83

一、户外电子屏广告市场规模 83

二、户外电子屏广告竞争格局 84

三、中国户外电子屏广告主规模 84

四、中国户外电子屏广告各细分市场规模 85

第五章 2014-2016年我国户外电子屏广告行业细分市场分析 87

第一节 公交地铁电子屏广告市场 87

- 一、公交地铁电子屏广告市场规模 87
- 二、公交地铁电子屏广告市场竞争格局 88
- 三、公交地铁电子屏广告市场发展趋势 88
- 第二节 商业楼宇电子屏广告市场 90
  - 一、商业楼宇电子屏广告市场规模 90
  - 二、商业楼宇电子屏广告市场竞争格局 91
  - 三、商业楼宇电子屏广告市场发展趋势 91
- 第三节 航空终端电子屏广告市场 93
  - 一、航空终端电子屏广告市场规模 93
  - 二、航空终端电子屏广告市场竞争格局 94
  - 三、航空终端电子屏广告市场发展趋势 95
- 第四节 超大LED电子屏广告市场 96
  - 一、超大LED电子屏广告市场规模 96
  - 二、超大LED电子屏广告市场竞争格局 97
  - 三、超大LED电子屏广告市场发展趋势 97
- 第六章 2014-2016年我国户外电子屏广告市场供需形势 99
  - 第一节 广告主营销趋势调查分析 99
    - 一、广告主信心低迷，广告市场或仍冷静 99
    - 二、电视地位仍在，网络不断扩张 100
    - 三、平面媒体面临被削减的危险 102
    - 四、广告主引领市场变化 103
  - 第二节 公共交通及商业楼宇建设发展情况 104
    - 一、公交地铁发展情况 104
    - 二、机场生产统计情况 105
    - 三、商业楼宇建设情况 107
  - 第三节 户外视频媒体的广告价值解析 108
- 第三部分 竞争格局分析 110
- 第七章 2014-2016年户外电子屏广告行业竞争分析 110
  - 第一节 户外电子屏广告行业竞争结构分析 110
    - 一、现有企业间竞争 110
    - 二、潜在进入者分析 110
    - 三、替代品威胁分析 111
    - 四、供应商议价能力 111
    - 五、客户议价能力 111
    - 六、竞争结构特点总结 111

## 第二节 户外电子屏广告企业核心竞争力分析 112

一、资源获取能力 112

二、技术创新能力 112

三、创意策划能力 112

## 第三节 户外电子屏广告企业提升竞争力策略 112

一、加大投入人力资源的引进和开发 112

二、实施完备的差异化战略组建方案 113

三、做好基于SWOT分析的精准定位 114

## 第八章 2014-2016年户外电子屏广告行业领先企业分析 117

### 第一节 分众传媒控股有限公司 117

一、企业简介 117

二、产品介绍 117

三、经营分析 117

四、企业SWOT分析 121

五、企业发展动态 121

### 第二节 航美传媒集团 122

一、企业简介 122

二、产品介绍 123

三、经营分析 124

四、企业SWOT分析 125

五、企业发展动态 125

### 第三节 华视传媒集团有限公司 126

一、企业简介 126

二、产品介绍 126

三、经营分析 126

四、企业SWOT分析 128

五、企业发展动态 128

### 第四节 世通华纳传媒控股有限公司 129

一、企业简介 129

二、产品介绍 130

三、经营分析 130

四、企业SWOT分析 131

### 第五节 郁金香传媒有限公司 131

一、企业简介 131

二、发展历程 132

三、企业SWOT分析 132

四、企业发展动态 133

第六节 CCTV移动传媒有限公司 134

一、企业简介 134

二、企业SWOT分析 135

第七节 迪岸传媒集团 135

一、企业简介 135

二、产品介绍 136

三、企业SWOT分析 137

第八节 兆讯传媒广告股份有限公司 137

一、企业简介 137

二、成长历程 139

三、产品介绍 139

四、企业SWOT分析 140

第九节 凤凰都市传媒有限公司 140

一、企业简介 140

二、产品技术 141

三、企业SWOT分析 141

四、企业发展动态 142

第十节 北京乾坤鼎程传媒广告有限公司 143

一、企业简介 143

二、产品介绍 143

三、企业SWOT分析 144

第四部分 投资前景展望 145

第九章 2017-2022年户外电子屏广告行业前景及趋势 145

第一节 广告产业发展"十三五"规划 145

一、规划背景 145

二、指导思想、基本原则和规划目标 145

三、重点任务 146

四、政策措施 152

五、加强对规划实施的组织领导 154

第二节 户外电子屏广告发展趋势 155

一、中国户外广告10大趋势预测 155

二、LED电子屏广告的新趋势 162

三、户外电子屏广告未来发展趋势 163



第三节 户外电子屏广告规模预测	165
一、2017-2022年户外电子屏广告市场规模预测	165
二、2017-2022年户外电子屏广告细分市场规模	165
第四节 户外电子屏广告前景展望	166
一、户外电子屏广告的价值分析	166
二、户外电子屏广告的发展之路	166
三、户外电子屏广告的市场走向	167
第十章 2017-2022年户外电子屏广告行业投资价值评估分析	169
第一节 2017-2022年户外电子屏广告行业发展的影响因素	169
一、有利因素	169
二、不利因素	171
第二节 2017-2022年户外电子屏广告行业投资机会与风险	173
一、LED技术革命对户外广告的影响	173
二、户外视频广告在特大型城市魅力渐失	174
第三节 2017-2022年户外电子屏广告行业投资收益分析	174
第十一章 2017-2022年户外电子屏广告行业面临的困境及对策	176
第一节 户外广告发展存在的问题分析	176
一、整体意识的缺乏	176
二、信息的爆炸与污染	176
三、新旧媒体的"战争"	177
四、创意的"无为"	178
五、商业意识的"枷锁"	178
六、与城市环境的不协调	179
第二节 户外广告与城市形象建设探析	180
一、户外广告在城市形象建设中的地位和作用	180
二、城市形象建设中户外广告的发展与利用原则	180
三、城市形象建设利用户外广告存在的问题与对策	181
四、总结	183
第三节 户外电子屏广告发展对策分析	183
一、差异化--精准定位的受众需求原则	183
二、低成本--借用外力资源共享	184
三、集中化--单一产品的价值链附加战略	186
第四节 建议	186
一、创新盈利商业模式	186
二、推动整改产业链	187

三、行业未来发展畅想 188

第五部分 投资战略研究 189

第十二章 户外电子屏广告行业投资战略研究 189

第一节 户外电子屏广告企业的营销策略 189

一、品牌营销 189

二、受众营销 189

三、关系营销 189

四、生态营销 190

第二节 户外电子屏广告企业发展战略规划 190

一、战略综合规划 190

二、技术开发战略 190

三、业务组合战略 191

四、区域战略规划 191

五、产业战略规划 191

六、营销品牌战略 192

七、竞争战略规划 193

第三节 户外电子屏广告的四大蓝海战略 193

一、剔除竞争攀比、四两拨回千斤 193

二、规避潜在风险 193

三、增加差异服务、直击市场盲点 194

四、创造客户价值、激发粉丝效应 194

第十三章 户外电子屏广告企业投融资及IPO上市策略指导 196

第一节 户外电子屏广告企业融资渠道与选择分析 196

一、户外电子屏广告企业融资方法与渠道简析 196

二、利用股权融资谋划企业发展机遇 196

三、利用政府杠杆拓展企业融资渠道 197

四、运用债权融资配置自身资本结构 197

五、关注民间资本和外资的投资动向 197

第二节 户外电子屏广告企业境内IPO上市目的及条件 198

一、户外电子屏广告企业境内上市主要目的 198

二、户外电子屏广告企业上市需满足的条件 198

三、企业改制上市中的关键问题 202

第三节 户外电子屏广告企业IPO上市的相关准备 202

一、企业该不该上市 202

二、企业应何时上市 204

三、企业应何地上市	204
四、企业上市前准备	204
第四节 户外电子屏广告企业IPO上市的规划实施	209
一、上市费用规划和团队组建	209
二、尽职调查及问题解决方案	209
三、改制重组需关注重点问题	210
四、企业上市辅导及注意事项	213
五、上市申报材料制作及要求	215
六、网上路演推介及询价发行	216
第五节 企业IPO上市审核工作流程	218
一、企业IPO上市基本审核流程	218
二、企业IPO上市具体审核环节	219
三、与发行审核流程相关的事项	223
第十四章 研究结论及投资建议	224 (ZY CW)
第一节 研究结论	224
第二节 投资建议	224
一、对户外电子屏广告运营商的建议	224
二、对广告主的建议	227
三、对广告代理公司的建议	227

图表目录：

图表 1：户外电子屏广告服务模式	13
图表 2：户外电子屏广告按户外终端分布领域进行分类	14
图表 3：户外电子屏广告是户外广告与电视广告的结合	18
图表 4：2014-2016年中国LED产量增长统计	37
图表 5：2014-2016年中国显示器产量增长统计	38
图表 6：2014-2016年中国彩色电视机产量增长统计	38
图表 7：2014-2016年国内生产总值及其增长速度	68
图表 8：2015年居民消费价格月度涨跌幅度	69
图表 9：2014-2016年全国居民人均可支配收入及其增长速度	70
图表 10：2015年全国居民人均消费支出及其构成	70
图表 11：2014-2016年我国居民家庭的恩格尔系数（%）	71
图表 12：2014-2016年全部工业增加值及其增长速度	71
图表 13：2014-2016年建筑业增加值及其增长速度	74
图表 14：2014-2016年全社会固定资产投资	74

- 图表 15：2015年按领域分固定资产投资（不含农户）及其占比 75
  - 图表 16：2014-2016年全社会消费品零售总额 76
  - 图表 17：2014-2016年货物进出口总额 77
  - 图表 18：2014-2016年中国广告经营额及增长情况（单位：亿元，%） 77
  - 图表 19：2011-2016年我国户外电子屏广告市场规模增长统计 84
  - 图表 20：2014-2016年中国户外电子屏广告市场广告主规模统计 85
  - 图表 21：2015-2016年中国户外电子屏广告各细分市场规模（亿元） 85
  - 图表 22：2016年中国户外电子屏广告各细分市场规模占比 86
  - 图表 23：2014-2016年我国公交地铁电子屏广告市场规模 87
  - 图表 24：2016年中国公交地铁电子屏广告市场份额分布 88
  - 图表 25：2014-2016年我国商业楼宇电子屏广告市场规模 90
  - 图表 26：2016年商业楼宇电子屏广告市场份额分布 91
  - 图表 27：2014-2016年我国航空终端电子屏广告市场规模 93
  - 图表 28：2016年航空终端电子屏广告市场份额分布 94
  - 图表 29：2014-2016年我国超大LED电子屏广告市场规模 96
  - 图表 30：2016年超大LED电子屏广告市场份额分布 97
- 更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201609/449670.html>