2019-2025年中国户外广告行业市场潜力分析及投资方向研究报告

报告大纲

智研咨询
www.chyxx.com

一、报告简介

智研咨询发布的《2019-2025年中国户外广告行业市场潜力分析及投资方向研究报告》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/201904/731858.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。

智研咨询发布的《2019-2025年中国户外广告行业市场潜力分析及投资方向研究报告》共十一章。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概述
第一节户外广告的概念
一、定义
二、特点
第二节户外广告行业发展成熟度
一、行业发展周期分析
二、行业中外市场成熟度对比
第三节户外广告行业产业链分析
第二章2016-2018年中国户外广告行业运行环境分析
第一节2016-2018年中国宏观经济环境分析
第二节2016-2018年中国户外广告行业发展政策环境分析
一、国内宏观政策发展建议
（一）继续实施积极的财政政策，加大结构调整力度
（二）采取组合调控措施，确保物价水平稳定
（三）推动节能减排市场化运作
二、户外广告行业政策分析
三、相关行业政策影响分析
第三节2016-2018年中国户外广告行业发展社会环境分析
第三章2016-2018年中国户外广告行业市场发展分析
第一节户外广告行业市场发展现状

一、市场发展概况
二、发展热点回顾
三、市场存在问题及策略分析
第二节户外广告行业技术发展
一、技术特征现状分析
二、新技术研发及应用动态
三、技术发展趋势
第三节中国户外广告行业消费市场分析
一、消费特征分析
二、消费需求趋势
三、品牌市场消费结构
第四节户外广告行业产销数据统计分析
一、整体市场规模
二、区域市场数据统计情况
第五节2019-2025年户外广告行业市场发展趋势
第四章2015-2018年中国户外广告所属行业主要指标监测分析
第一节2015-2018年中国户外广告产业工业总产值分析
一、2015-2018年中国户外广告产业工业总产值分析
二、不同规模企业工业总产值分析
三、不同所有制企业工业总产值比较
第二节2015-2018年中国户外广告产业主营业务收入分析
一、2015-2018年中国户外广告产业主营业务收入分析
二、不同规模企业主营业务收入分析
三、不同所有制企业主营业务收入比较
第三节2015-2018年中国户外广告产业产品成本费用分析
一、2015-2018年中国户外广告产业销售成本分析
二、不同规模企业销售成本比较分析
三、不同所有制企业销售成本比较分析
第四节2015-2018年中国户外广告产业利润总额分析
一、2015-2018年中国户外广告产业利润总额分析
二、不同规模企业利润总额比较分析
三、不同所有制企业利润总额比较分析
第五节2015-2018年中国户外广告产业资产负债分析
一、2015-2018年中国户外广告产业资产负债分析
二、不同规模企业资产负债比较分析

三、不同所有制企业资产负债比较分析
第六节2015-2018年中国户外广告行业财务指标分析
一、行业盈利能力分析
二、行业偿债能力分析
三、行业营运能力分析
四、行业发展能力分析
第五章中国户外广告行业区域市场分析
第一节华北地区
一、发展现状分析
二、市场规模情况分析
三、市场需求情况分析
四、行业发展前景预测
五、行业投资风险预测
第二节东北地区
一、发展现状分析
二、市场规模情况分析
三、市场需求情况分析
四、行业发展前景预测
五、行业投资风险预测
第三节华东地区
一、发展现状分析
二、市场规模情况分析
三、市场需求情况分析
四、行业发展前景预测
五、行业投资风险预测
第四节华南地区
一、发展现状分析
二、市场规模情况分析
三、市场需求情况分析
四、行业发展前景预测
五、行业投资风险预测
第五节华中地区
一、发展现状分析
二、市场规模情况分析
三、市场需求情况分析

四、行业发展前景预测
五、行业投资风险预测
第六节西南地区
一、发展现状分析
二、市场规模情况分析
三、市场需求情况分析
四、行业发展前景预测
五、行业投资风险预测
第七节西北地区
一、发展现状分析
二、市场规模情况分析
三、市场需求情况分析
四、行业发展前景预测
五、行业投资风险预测
第六章户外广告行业竞争格局分析
第一节行业竞争结构分析
一、现有企业间竞争
二、潜在进入者分析
三、替代品威胁分析
四、供应商议价能力
五、客户议价能力
第二节行业集中度分析
一、市场集中度分析
二、企业集中度分析
三、区域集中度分析
第三节行业国际竞争力比较
一、生产要素
二、需求条件
三、支援与相关产业
四、企业战略、结构与竞争状态
五、政府的作用
第四节2016-2018年户外广告行业竞争格局分析
一、国内外户外广告竞争分析
二、我国户外广告市场竞争分析
三、国内主要户外广告企业动向

第七章户外广告企业竞争策略分析
第一节户外广告市场竞争策略分析
一、市场增长潜力分析
二、主要潜力品种分析
三、现有户外广告产品竞争策略分析
四、潜力户外广告品种竞争策略选择
五、典型企业产品竞争策略分析
第二节户外广告企业竞争策略分析
第三节户外广告行业产品定位及市场推广策略分析
一、行业产品市场定位
二、行业广告推广策略
三、行业产品促销策略
四、行业招商加盟策略
五、行业网络推广策略
第八章中国户外广告重点企业经营策略分析
第一节 分众传媒控股有限公司
一、企业简介
二、企业竞争力分析
三、企业经营情况分析
四、企业发展战略分析
第二节 华视传媒集团有限公司
一、企业简介
二、企业竞争力分析
三、企业经营情况分析
四、企业发展战略分析
第三节 航美传媒集团有限公司
一、企业简介
二、企业竞争力分析
三、企业经营情况分析
四、企业发展战略分析
第四节 北京首都机场广告有限公司
一、企业简介
二、企业竞争力分析
三、企业经营情况分析
四、企业发展战略分析

第五节 巴士在线控股有限公司
一、企业简介
二、企业竞争力分析
三、企业经营情况分析
四、企业发展战略分析
第六节 世通华纳传媒控股有限公司
一、企业简介
二、企业竞争力分析
三、企业经营情况分析
四、企业发展战略分析
第九章2019-2025年未来户外广告行业发展预测分析
第一节未来户外广告行业需求与消费预测
一、2019-2025年户外广告产品消费预测
二、2019-2025年户外广告市场规模预测
三、2019-2025年户外广告行业总产值预测
四、2019-2025年户外广告行业销售收入预测
五、2019-2025年户外广告行业总资产预测
第二节2019-2025年中国户外广告行业供需预测
一、2019-2025年中国户外广告供给预测
二、2019-2025年中国户外广告产量预测
三、2019-2025年中国户外广告需求预测
四、2019-2025年中国户外广告供需平衡预测
第十章中国户外广告行业投资机会与风险分析
第一节户外广告行业投资机会分析
一、户外广告投资项目分析
二、可以投资的户外广告模式
三、2018年户外广告投资机会
四、2018年户外广告投资新方向
五、2019-2025年户外广告行业投资的建议
六、新进入者应注意的障碍因素分析
第二节影响户外广告行业发展的主要因素
一、2019-2025年影响户外广告行业运行的有利因素分析
二、2019-2025年影响户外广告行业运行的稳定因素分析
三、2019-2025年影响户外广告行业运行的不利因素分析
四、2019-2025年我国户外广告行业发展面临的挑战分析

五、2019-2025年我国户外广告行业发展面临的机遇分析
第三节户外广告行业投资风险及控制策略分析
一、2019-2025年户外广告行业市场风险及控制策略
二、2019-2025年户外广告行业政策风险及控制策略
三、2019-2025年户外广告行业经营风险及控制策略
四、2019-2025年户外广告行业技术风险及控制策略
五、2019-2025年户外广告同业竞争风险及控制策略
六、2019-2025年户外广告行业其他风险及控制策略
第十一章户外广告行业投资战略研究（ZY LII）
第一节户外广告行业发展战略研究
一、战略综合规划
二、技术开发战略
三、业务组合战略
四、区域战略规划
五、产业战略规划
六、营销品牌战略
七、竞争战略规划
第二节对我国户外广告品牌的战略思考
一、企业品牌的重要性
二、户外广告实施品牌战略的意义
三、户外广告企业品牌的现状分析
四、我国户外广告企业的品牌战略
五、户外广告品牌战略管理的策略（ZY LII）
第三节户外广告行业投资战略研究
部分图表目录:
图表户外广告行业生命周期图
图表户外广告产品国内、国际市场成熟度对比
图表户外广告产品行业主要竞争因素分析
图表2016-2018年各季度三次产业增加值累计增速
图表2016-2018年工业增加值累计增速
图表2016-2018年物价指数同比变化情况
图表2016-2018年社会消费品零售总额情况
图表2016-2018年固定资产投资完成额累计增速
图表2016-2018年外贸进出口情况
图表2016-2018年各季度居民收入累计值

图表2016-2018年货币供应量同比增速
图表2015-2018年户外广告产品消费量变化图
图表2016-2018年户外广告企业品牌集中度分析
图表2015-2018年户外广告产品产能分析
图表2015-2018年中国户外广告产业工业总产值分析
图表2015-2018年户外广告不同规模企业工业总产值分析
图表2015-2018年户外广告不同所有制企业工业总产值比较
图表2015-2018年中国户外广告产业主营业务收入分析
图表2015-2018年户外广告不同规模企业主营业务收入分析
图表2015-2018年户外广告不同所有制企业主营业务收入比较
图表2015-2018年中国户外广告产业销售成本分析
图表2015-2018年户外广告不同规模企业销售成本比较分析
图表2015-2018年户外广告不同所有制企业销售成本比较分析
更多图表见正文……

详细请访问：https://www.chyxx.com/research/201904/731858.html