2018-2024年中国户外媒体行业发展现状分析及市场前景预测报告

报告大纲

智研咨询
www.chyxx.com

一、报告简介

智研咨询发布的《2018-2024年中国户外媒体行业发展现状分析及市场前景预测报告》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/201807/662556.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

户外媒体是指主要建筑物的楼顶和商业区的门前、路边等户外场地设置的发布广告的信息的媒介，主要形式包括气球、飞艇、车厢、大型充气模型、高校内、高档小区走廊楼道等。

智研咨询发布的《2018-2024年中国户外媒体行业发展现状分析及市场前景预测报告》共十二章。首先介绍了户外媒体相关概念及发展环境，接着分析了中国户外媒体规模及消费需求，然后对中国户外媒体市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国户外媒体面临的机遇及发展前景。您若想对中国户外媒体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 户外媒体行业相关概述
第一节 户外媒体行业定义及分类
第二节 户外媒体行业管理体制
第三节 户外媒体行业生命周期
第四节 户外媒体行业在国民经济中地位
第五节 户外媒体行业投资特性分析
一、赢利性
二、成长速度
三、附加值的提升空间
四、进入壁垒／退出机制
五、风险性
六、行业周期性
七、竞争激烈程度指标
八、行业成熟度分析
九、盈利因素分析
十、盈利模式分析
第二章 2018年中国户外媒体产业发展环境分析
第一节 2018年中国宏观经济环境分析
一、GDP历史变动轨迹分析
二、固定资产投资历史变动轨迹分析
三、消费价格指数CPI、PPI

四、全国居民收入情况
五、恩格尔系数
六、工业发展形势
七、财政收支状况
八、2018-2024年中国宏观经济发展预测分析
第二节 中国户外媒体行业主要法律法规及政策
第三节 2018年中国户外媒体产业社会环境发展分析
一、国内社会环境发展现状
二、社会环境发展分析
1、人口环境状况
2、教育、科学技术和文化
3、卫生和社会服务
4、资源、环境和安全生产
5、中国城镇化率
6、居民的各种消费观念和习惯
三、2018年户外媒体行业市场环境分析
第四节 2018年中国户外媒体产业技术环境发展分析
第三章 2015-2018年世界户外媒体行业发展状况分析
第一节 2015-2018年全球宏观经济发展回顾
第二节 2015-2018年世界户外媒体行业运行概况
第三节 2015-2018年世界户外媒体行业市场规模分析
第四节 2015-2018年世界主要地区户外媒体行业运行情况分析
一、北美
二、欧洲
三、亚太
第五节 2018-2024年世界户外媒体行业发展趋势分析
第四章 2015-2018年中国户外媒体市场供需分析
第一节 中国户外媒体市场供给状况
一、2015-2018年中国户外媒体供给分析
二、2018-2024年中国户外媒体供给预测
第二节 中国户外媒体市场需求状况
一、2015-2018年中国户外媒体市场需求分析
二、2018-2024年中国户外媒体市场需求预测
第三节 2018年中国户外媒体市场价格回顾
第五章 2018年中国户外媒体行业发展概况及竞争策略分析

第一节 2018年中国户外媒体行业发展态势分析
第二节 2018年中国户外媒体行业发展特点分析
第三节 2018年中国户外媒体行业市场供需分析
第四节 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
第五节 户外媒体市场竞争策略分析
一、户外媒体市场增长潜力分析
二、户外媒体产品竞争策略分析
三、典型企业产品竞争策略分析
第六章 中国户外媒体行业产业链分析
第一节 户外媒体行业产业链概述
第二节 户外媒体上游产业发展状况分析
一、上游原料市场发展现状
二、上游原料生产情况分析
三、上游原料价格走势分析
第三节 户外媒体下游应用需求市场分析
一、行业发展现状分析
二、行业生产情况分析
三、行业需求状况分析
四、行业需求前景分析
第七章 2018年中国户外媒体行业竞争格局分析
第一节 中国户外媒体行业竞争格局综述
一、户外媒体行业竞争概况
二、中国户外媒体行业竞争力分析
三、中国户外媒体产品（服务）竞争力优势分析
四、户外媒体行业主要企业竞争力分析
第二节 2018年户外媒体行业竞争格局分析
一、2018年国内外户外媒体竞争分析
二、2018年中国户外媒体市场竞争分析
三、2018年中国户外媒体市场集中度分析
四、2018年国内主要户外媒体企业动向

五、2018年国内户外媒体企业拟在建项目分析
第三节 户外媒体市场竞争策略分析
第四节2018年中国户外媒体行业SWOT分析
第八章 2015-2018年中国户外媒体所属行业数据监测分析
第一节2015-2018年中国户外媒体所属行业规模分析
一、企业数量分析
二、资产规模分析
三、销售规模分析
四、利润规模分析
第二节 2015-2018年中国户外媒体所属行业产值分析
第三节 2015-2018年中国户外媒体所属行业成本费用分析
一、成本费用结构变动趋势
二、销售成本分析
三、销售费用分析
四、管理费用分析
五、财务费用分析
第四节 2015-2018年中国户外媒体所属行业运营效益分析
一、资产收益率分析
二、销售利润率分析
三、总资产周转率分析
四、流动资产周转率分析
五、销售增长率分析
六、利润增长率分析
七、资产负债率分析
第九章 中国户外媒体行业进出口区域市场分析
第一节 华北地区户外媒体行业发展现状及趋势分析
一、华北地区区域特征及经济现状
二、华北地区户外媒体行业发展现状及规模统计
三、华北地区户外媒体行业发展前景预测
第二节 东北地区户外媒体行业发展现状及趋势分析
一、东北地区区域特征及经济现状
二、东北地区户外媒体行业发展现状及规模统计
三、东北地区户外媒体行业发展前景预测
第三节 华东地区户外媒体行业发展现状及趋势分析
一、华东地区区域特征及经济现状

二、华东地区户外媒体行业发展现状及规模统计
三、华东地区户外媒体行业发展前景预测
第四节 华南地区户外媒体行业发展现状及趋势分析
一、华南地区区域特征及经济现状
二、华南地区户外媒体行业发展现状及规模统计
三、华南地区户外媒体行业发展前景预测
第五节 华中地区户外媒体行业发展现状及趋势分析
一、华中地区区域特征及经济现状
二、华中地区户外媒体行业发展现状及规模统计
三、华中地区户外媒体行业发展前景预测
第六节 西南地区户外媒体行业发展现状及趋势分析
一、西南地区区域特征及经济现状
二、西南地区户外媒体行业发展现状及规模统计
三、西南地区户外媒体行业发展前景预测
第七节 西北地区户外媒体行业发展现状及趋势分析
一、西北地区区域特征及经济现状
二、西北地区户外媒体行业发展现状及规模统计
三、西北地区户外媒体行业发展前景预测
第十章 2018年中国户外媒体行业典型企业经营态势分析
第一节 华视传媒集团有限公司
一、户外媒体概况
二、户外媒体竞争优势分析
三、户外媒体经营状况分析
四、2018-2024年企业发展战略分析
第二节 上海雅仕维广告有限公司
一、户外媒体概况
二、户外媒体竞争优势分析
三、户外媒体经营状况分析
四、2018-2024年企业发展战略分析
第三节 分众传媒信息技术股份有限公司
一、户外媒体概况
二、户外媒体竞争优势分析
三、户外媒体经营状况分析
四、2018-2024年企业发展战略分析
第四节 航美传媒集团有限公司

一、户外媒体概况
二、户外媒体竞争优势分析
三、户外媒体经营状况分析
四、2018-2024年企业发展战略分析
第五节 德高广告(上海)有限公司
一、户外媒体概况
二、户外媒体竞争优势分析
三、户外媒体经营状况分析
四、2018-2024年企业发展战略分析
第十一章 2018-2024年中国户外媒体行业发展趋势与前景分析
第一节 2018-2024年中国户外媒体行业投资前景分析
一、户外媒体行业发展前景
二、户外媒体发展趋势分析
第二节 2018-2024年中国户外媒体行业投资风险分析
一、产业政策分析
二、原材料风险分析
三、市场竞争风险
四、技术风险分析
第三节 2018-2024年户外媒体行业投资策略及建议
第十二章 户外媒体企业投资战略与客户策略分析（ZYYF）
第一节 户外媒体企业发展战略规划背景意义
一、企业转型升级的需要
二、企业强做大做的需要
三、企业可持续发展需要
第二节 户外媒体企业战略规划制定依据
一、国家产业政策
二、行业发展规律
三、企业资源与能力
四、可预期的战略定位
第三节 户外媒体企业战略规划策略分析
一、战略综合规划
二、技术开发战略
三、区域战略规划
四、产业战略规划
五、营销品牌战略

六、竞争战略规划
第四节户外媒体企业重点客户战略实施
一、重点客户战略的必要性
二、重点客户的鉴别与确定
三、重点客户的开发与培育
四、重点客户市场营销策略

图表目录：

图表：2015-2018年中国户外媒体行业市场规模走势图
图表：2018-2024年中国户外媒体行业市场规模预测
图表：2015-2018年中国华北地区户外媒体行业市场规模走势图
图表：2018-2024年中国华北地区户外媒体行业市场规模预测
图表：2015-2018年中国东北地区户外媒体行业市场规模走势图
图表：2018-2024年中国东北地区户外媒体行业市场规模预测
图表：2015-2018年中国华东地区户外媒体行业市场规模走势图
图表：2018-2024年中国华东地区户外媒体行业市场规模预测
图表：2015-2018年中国华中地区户外媒体行业市场规模走势图
图表：2018-2024年中国华中地区户外媒体行业市场规模预测
图表：2015-2018年中国华南地区户外媒体行业市场规模走势图
图表：2018-2024年中国华南地区户外媒体行业市场规模预测
图表：2015-2018年中国西南地区户外媒体行业市场规模走势图
图表：2018-2024年中国西南地区户外媒体行业市场规模预测
图表：2015-2018年中国西北地区户外媒体行业市场规模走势图
图表：2018-2024年中国西北地区户外媒体行业市场规模预测

详细请访问：https://www.chyxx.com/research/201807/662556.html