

# 2018-2024年中国户外广告市场专项调研及发展趋势研究报告

报告大纲

智研咨询

[www.chyxx.com](http://www.chyxx.com)

## 一、报告简介

智研咨询发布的《2018-2024年中国户外广告市场专项调研及发展趋势研究报告》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/201801/607566.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

广告,顾名思义,就是广而告之,即向社会广大公众告知某件事物。广告就其含义来说,有广义和狭义之分。广义广告是指不以营利为目的的广告,如政府公告,政党、宗教、教育、文化、市政、社会团体等方面的启事、声明等。狭义广告是指以营利为目的的广告,通常指的是商业广告,或称经济广告,它是工商企业为推销商品或提供服务,以付费方式,通过广告媒体向消费者或用户传播商品或服务信息的手段。商品广告就是这样的经济广告。

### 2014-2016年中国广告市场结构分析

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有很有效的。

智研咨询发布的《2018-2024年中国户外广告市场专项调研及发展趋势研究报告》共二十章。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 户外广告行业主要经济特性

#### 一、产品特性

#### 二、市场特性

#### 三、户外广告行业产品生命周期

##### 1. 户外广告行业生命周期位置

##### 2. 户外广告行业把握市场时机的关键

#### 四、户外广告行业进入/退出难度

##### 1. 进入/退出壁垒

##### 2. 进入/退出方式

#### 五、户外广告行业产品技术变革与产品革新

##### 1. 技术变革对竞争格局的影响

##### 2. 产品革新对竞争格局的影响

##### 3. 户外广告行业尚待突破的关键技术

#### 六、户外广告行业差异化分析

1. 户外广告行业产品差异化状况
2. 户外广告行业产品的差异化发展趋势

#### 七、规模效应

#### 八、学习和经验效应

#### 九、行业盈利水平

### 第二章 户外广告行业生产分析

#### 一、行业生产规模

#### 二、产业集群分析

#### 三、优势企业的产品策略

#### 四、户外广告行业生产所面临的问题

#### 五、行业产量变化趋势

### 第三章 户外广告行业市场分析

#### 一、户外广告行业市场规模

目前，国内80%的户外广告资源均掌握在中小型广告企业手中，而随着市场的不断放开，国际传媒巨头步步切入，中国户外广告产业正面临着有史以来最大的发展和整合期。2016年我国户外广告行业市场规模达到了1120亿元，占比广告市场规模5973亿元的18.75%。

#### 2012-2017年中国户外广告行业市场规模及增长走势

#### 二、市场增长速度

#### 三、市场潜力分析

#### 四、行业市场集中度

#### 五、终端市场分析

#### 六、区域市场分析

### 第四章 户外广告行业产品价格分析

#### 一、价格弹性分析

#### 二、价格与成本的关系

#### 三、主要品牌产品价位分析

#### 四、主要企业的价格策略

#### 五、价格在户外广告行业竞争中的重要性

#### 六、低价策略与品牌战略

### 第五章 户外广告行业竞争分析

#### 一、竞争分析理论基础

#### 二、行业内企业与品牌数量

#### 三、竞争格局

#### 四、竞争组群

#### 五、户外广告行业竞争趋势

## 第六章 户外广告行业进出口分析

### 一、出口分析

1. 我国户外广告行业出口量及增长情况
2. 户外广告行业主要海外市场分布状况
3. 经营海外市场的主要户外广告品牌

### 二、进口分析

1. 我国户外广告行业进口量及增长情况
2. 户外广告行业进口产品主要品牌

## 第七章 户外广告上游行业分析

### 一、上游行业发展状况

### 二、上游行业市场集中度

### 三、上游行业发展趋势

## 第八章 户外广告行业渠道分析

### 一、渠道对户外广告行业的影响

### 二、渠道格局

### 三、户外广告行业销售渠道要素对比

### 四、主要企业渠道策略研究

### 五、各区域市场主要代理商情况

## 第九章 户外广告行业用户分析

### 一、用户认知程度

### 二、用户关注因素

#### 1. 功能

#### 2. 产品质量

#### 3. 价格

#### 4. 产品设计

### 三、用户其它特性

## 第十章 户外广告行业替代品分析

### 一、户外广告行业替代品种类

### 二、替代品对户外广告行业的影响

### 三、户外广告行业替代品发展趋势

## 第十一章 户外广告行业互补品分析

### 一、户外广告行业互补品种类

### 二、互补品对户外广告行业的影响

### 三、户外广告行业互补品发展趋势

## 第十二章 户外广告行业品牌分析

- 一、户外广告行业品牌总体情况
- 二、品牌传播
- 三、品牌美誉度
- 四、代理商对品牌的选择情况
- 五、主要城市对户外广告行业主要品牌的认知水平
- 六、广告策略分析

### 第十三章 户外广告行业主导驱动因素

- 一、国家政策导向
- 二、相关行业发展
- 三、行业技术发展
- 四、行业竞争状况
- 五、社会需求的变化

### 第十四章 户外广告行业竞争成功的关键因素

- 一、品牌
- 二、价格
- 三、差异化
- 四、服务
- 五、渠道建设与管理

### 第十五章 户外广告行业重点企业分析

#### 第一节 清晰频道户外广告公司 ( CLEAR CHANNEL OUTDOOR )

- 一、清晰频道户外广告公司简介
- 二、2017年清晰媒体户外控股公司经营状况
- 三、2017年清晰媒体户外控股公司经营状况
- 四、2017年体户外控股公司经营状况

#### 第二节 德高集团 ( JCDECAUX )

- 一、德高集团公司简介
- 二、2017年德高集团经营状况
- 三、2017年德高集团经营状况
- 四、2014德高集团经营状况

#### 第三节 TOM集团有限公司

- 一、TOM集团公司简介
- 二、2017年Tom集团经营状况
- 三、2017年Tom集团经营状况
- 四、2017年Tom集团经营状况

#### 第四节 白马户外媒体有限公司

## 一、公司简介

### 二、2017年白马户外媒体经营状况

### 三、2017年白马户外媒体经营状况

### 四、2017年白马户外媒体经营状况

## 第五节 大贺传媒股份有限公司

### 一、公司简介

### 二、2017年大贺传媒经营状况

### 三、2017年大贺传媒经营状况

### 四、2017年大贺传媒经营状况

## 第六节 成都博瑞传播股份有限公司

### 一、公司简介

### 二、2017年博瑞传播经营状况分析

### 三、2017年博瑞传播经营状况分析

### 四、2017年博瑞传播经营状况分析

## 第十六章 户外广告行业发展趋势预测

### 一、行业运行环境发展趋势

### 二、市场需求发展趋势

### 三、行业竞争趋势

## 第十七章 2018-2024年中国户外广告行业投资分析

### 一、行业投资环境

#### 1. 资源环境分析

#### 2. 市场竞争分析

#### 3. 行业税收政策分析

### 二、投资机会

### 三、行业政策优势

### 四、投资风险及对策分析

### 五、户外广告行业投资前景总体评价

## 第十八章 户外广告行业风险分析

### 一、环境风险

#### 1. 国际经济环境变化对户外广告行业的风险

#### 2. 汇率变化对户外广告行业的风险

#### 3. 宏观经济变化对户外广告行业的风险

#### 4. 宏观经济政策对户外广告行业的风险

#### 5. 区域经济变化对户外广告行业的风险

### 二、产业链上下游风险

1. 上游行业对户外广告行业的风险
2. 下游行业对户外广告行业的风险
3. 其他关联行业对户外广告行业的风险

### 三、行业政策风险

1. 产业政策风险
2. 贸易政策风险
3. 环保政策风险
4. 区域经济政策风险
5. 其他政策风险

### 四、市场风险

1. 市场供需风险
2. 价格风险
3. 竞争风险

### 五、其他风险

## 第十九章 户外广告企业经营策略建议

### 一、产品定位策略

1. 市场细分策略
2. 目标市场的选择

### 二、产品开发策略

### 三、渠道销售策略

### 四、品牌经营策略

### 五、服务策略

## 第二十章 户外广告行业投资建议(ZY GXH)

### 一、户外广告行业投资总体评价

### 二、户外广告行业投资建议(ZY GXH)

#### 图表目录：

图表：2017年户外广告行业区域结构

图表：2017年户外广告行业渠道结构

图表：2015-2017年户外广告行业市场规模

图表：2018-2024年户外广告行业市场规模预测

图表：2007-2016年户外广告行业市场增长速度

图表：2015-2017年户外广告行业需求总量

图表：2018-2024年户外广告行业需求量预测

图表：2015-2017年户外广告行业需求集中度

图表：2015-2017年户外广告行业需求增长速度



- 图表：2015-2017年户外广告行业市场饱和度
- 图表：2018-2024年户外广告行业需求总量预测
- 图表：2015-2017年户外广告行业供给总量
- 图表：2018-2024年户外广告行业供给量预测
- 图表：2015-2017年户外广告行业供给集中度
- 图表：2015-2017年户外广告行业供给增长速度
- 图表：2015-2017年户外广告行业销售数量
- 图表：2015-2017年户外广告行业库存数量
- 图表：2015-2017年户外广告行业企业市场份额
- 图表：2017年户外广告行业企业区域分布
- 图表：2017年户外广告行业销售渠道分布
- 图表：2017年户外广告行业主要代理商
- 图表：2015-2017年户外广告行业产品价格走势
- 图表：2015-2017年户外广告行业利润变化
- 图表：2015-2017年户外广告行业销售毛利率
- 图表：2015-2017年户外广告行业销售利润率
- 图表：2015-2017年户外广告行业总资产利润率
- 图表：2015-2017年户外广告行业净资产利润率
- 图表：2015-2017年户外广告行业产值利税率
- 图表：2015-2017年户外广告行业总资产增长
- 图表：2015-2017年户外广告行业净资产增长
- 图表：2015-2017年户外广告行业利润增长
- 图表：2015-2017年户外广告行业资产负债率
- 图表：2015-2017年户外广告行业速动比率
- 图表：2015-2017年户外广告行业流动比率
- 图表：2015-2017年户外广告行业总资产周转率
- 图表：2015-2017年户外广告行业应收账款周转率
- 图表：2015-2017年户外广告行业存货周转率
- 图表：2015-2017年户外广告行业产品价格走势
- 图表：2018-2024年户外广告行业产品价格趋势
- 图表：2015-2017年户外广告行业产品出口量以及出口额
- 图表：2015-2017年户外广告行业出口地区分布
- 图表：2015-2017年户外广告行业进口量及进口额
- 图表：2017年户外广告行业进口区域分布
- 图表：2015-2017年户外广告行业对外依存度

图表：2017年户外广告行业投资项目数量

图表：2017年户外广告行业投资项目列表

图表：2017年户外广告行业投资需求关系

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201801/607566.html>