

2018-2024年中国户外广告市场供需预测及投资前景预测报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2018-2024年中国户外广告市场供需预测及投资前景预测报告》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/201801/607573.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供需预测及投资前景预测报告》共十六章。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：

第一部分 发展现状与前景分析

第一章 全球户外广告行业发展分析

第一节 国际广告行业发展状况

一、2014-2017全球广告经营状况

二、2016年世界广告业排名状况分析

三、2017年世界广告业发展状况

第二节 世界户外广告行业市场情况

第二节 世界户外广告行业市场情况

一、2016年世界户外广告产业发展现状

二、2017年国际户外广告产业发展态势

三、2017年国际户外广告市场需求分析

四、2017年全球户外广告行业挑战与机会

第三节 部分国家地区户外广告行业发展状况

一、2014-2017美国户外广告行业发展分析

二、2014-2017欧洲户外广告行业发展分析

三、2014-2017日本户外广告行业发展分析

四、2014-2017韩国户外广告行业发展分析

第二章 我国户外广告行业发展现状

第一节 中国户外广告行业发展概述

一、中国户外广告发展历程

二、中国户外广告的产品类别

三、中国的户外广告产业的整合分析

四、跨行业合作形势下户外广告的优势

第二节 我国户外广告行业发展状况

一、2016年中国户外广告行业发展回顾

二、2016年户外广告行业发展情况分析

三、2016年我国户外广告市场特点分析

四、2017年我国户外广告市场发展分析

第三节 中国户外广告行业供需分析

一、2017年中国户外广告市场供给总量分析

二、2017年中国户外广告市场供给结构分析

三、2017年中国户外广告市场需求总量分析

四、2017年中国户外广告市场需求结构分析

五、2017年中国户外广告市场供需平衡分析

第三章 中国户外广告受众及投放分析

第一节 户外广告的投放原因及特点

一、投放户外广告的原因

二、户外广告已成为第三大广告媒体

三、户外广告是具有高接受度的广告形式

四、户外广告的喜好度存在着地区的差异性

五、管理维护存在问题是制约户外广告发展的瓶颈

第二节 户外广告受众分析

一、受众在户外度过的时间分析

二、受众交通工具的选择

三、受众接触户外媒体的黄金时间

四、受众接触户外媒体的黄金地段

五、车身广告是受众接触最多的广告类型

第三节 影响户外广告投放的要素分析

一、影响户外广告投放宏观因素分析

二、创意是吸引受众的最重要的要素

三、媒体组合能提高户外广告可信度

四、消费热点决定记忆程度

第四章 户外广告主要形式发展分析

第一节 路牌广告

一、路牌广告是最为典型的户外广告形式

二、路牌广告的优势

三、路牌户外广告关注度最高

四、2016年路牌广告发展分析

五、2017年路牌广告发展分析

第二节 霓虹灯广告

一、霓虹灯色彩价值及作用

二、霓虹灯广告牌质量状况分析

三、我国霓虹灯广告发展迅速

四、2016年霓虹灯广告发展分析

五、2017年霓虹灯广告发展分析

第三节 灯箱广告

一、灯箱广告概念

二、灯箱广告的类型

三、户外灯箱广告的特点和制作技术

四、灯箱广告图的工艺要求

五、2014-2017灯箱广告发展分析

第四节 公共交通广告

一、公共交通广告简介

二、车身广告简述

三、外资抢食公交广告市场

四、车体广告亟待规范

五、地铁户外数字广告市场分析

六、2014-2017车身广告发展分析

第五节 户外电视

一、2014-2017中国楼宇/户外液晶广告市场状况

二、中国户外电视产业崛起

三、中国户外电视广告经营者营销手段解析

四、中国户外电视广告业面临洗牌

第六节 机场户外广告

- 一、中国机场户外广告的现状
- 二、中国机场户外广告的特点
- 三、中国机场户外广告的发展趋势
- 四、中国机场媒体发展面临挑战和抉择
- 五、2014-2017机场广告发展分析

第七节 三面翻广告

- 一、三面翻简介
- 二、我国三面翻行业竞争状况
- 三、我国三面翻市场问题
- 四、2016年三面翻广告发展分析
- 五、2017年三面翻广告发展分析

第八节 其他户外广告形式

- 一、POP广告分析
- 二、热气球广告的优势
- 三、社区广告直指传播终端

第五章 中国户外广告行业区域市场分析

第一节：2014-2017年华东地区户外广告行业运行情况

- 一、华东地区户外广告行业产销分析
- 二、华东地区户外广告行业盈利能力分析
- 三、华东地区户外广告行业偿债能力分析
- 四、华东地区户外广告行业营运能力分析

第二节：2014-2017年华南地区户外广告行业运行情况

- 一、华南地区户外广告行业产销分析
- 二、华南地区户外广告行业盈利能力分析
- 三、华南地区户外广告行业偿债能力分析
- 四、华南地区户外广告行业营运能力分析

第三节：2014-2017年华中地区户外广告行业运行情况

- 一、华中地区户外广告行业产销分析
- 二、华中地区户外广告行业盈利能力分析
- 三、华中地区户外广告行业偿债能力分析
- 四、华中地区户外广告行业营运能力分析

第四节：2014-2017年华北地区户外广告行业运行情况

- 一、华北地区户外广告行业产销分析
- 二、华北地区户外广告行业盈利能力分析
- 三、华北地区户外广告行业偿债能力分析

四、华北地区户外广告行业营运能力分析

第五节：2014-2017年西北地区户外广告行业运行情况

- 一、西北地区户外广告行业产销分析
- 二、西北地区户外广告行业盈利能力分析
- 三、西北地区户外广告行业偿债能力分析
- 四、西北地区户外广告行业营运能力分析

第六节：2014-2017年西南地区户外广告行业运行情况

- 一、西南地区户外广告行业产销分析
- 二、西南地区户外广告行业盈利能力分析
- 三、西南地区户外广告行业偿债能力分析
- 四、西南地区户外广告行业营运能力分析

第七节：2014-2017年东北地区户外广告行业运行情况

- 一、东北地区户外广告行业产销分析
- 二、东北地区户外广告行业盈利能力分析
- 三、东北地区户外广告行业偿债能力分析
- 四、东北地区户外广告行业营运能力分析

第六章 户外广告行业投资与发展前景分析

第一节 2017年户外广告行业投资情况分析

- 一、2017年总体投资结构
- 二、2017年投资规模情况
- 三、2017年投资增速情况
- 四、2017年分行业投资分析
- 五、2017年分地区投资分析

第二节 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、2017年户外广告投资机会
- 四、2017年户外广告细分行业投资机会
- 五、2017年户外广告投资新方向

第三节 户外广告行业发展前景分析

- 一、户外广告市场发展前景分析
- 二、我国户外广告市场蕴藏的商机
- 三、金融危机下户外广告市场的发展前景
- 四、2014-2017户外广告市场面临的发展商机

第二部分 市场竞争格局与形势

第七章 户外广告行业竞争格局分析

第一节 户外广告行业集中度分析

一、户外广告市场集中度分析

二、户外广告企业集中度分析

三、户外广告区域集中度分析

第二节 户外广告行业主要企业竞争力分析

一、重点企业资产总计对比分析

二、重点企业产值利税对比分析

三、重点企业全年营业收入对比分析

四、重点企业利润总额对比分析

五、重点企业综合竞争力对比分析

第三节 户外广告行业竞争格局分析

一、2016年户外广告行业竞争分析

二、2016年中外户外广告产品竞争分析

三、2014-2017国内外户外广告竞争分析

四、2014-2017我国户外广告市场竞争分析

五、2014-2017我国户外广告市场集中度分析

六、2014-2017国内主要户外广告企业动向

第八章 2014-2017中国户外广告行业发展形势分析

第一节 户外广告行业发展概况

一、户外广告行业发展特点分析

二、户外广告行业投资现状分析

三、户外广告行业总产值分析

四、户外广告行业技术发展分析

第二节 2014-2017户外广告行业市场情况分析

一、户外广告行业市场发展分析

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、户外广告市场存在的问题

三、户外广告市场规模分析

第三节 2014-2017户外广告供需状况分析

一、户外广告供给分析

二、户外广告需求分析

三、户外广告市场供需状况分析

第三部分 赢利水平与企业分析

第九章 中国户外广告行业整体运行指标分析

第一节 2017年中国户外广告行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业生产规模分析

第二节 2017年中国户外广告行业产销分析

一、行业生产情况总体分析

二、行业销售收入总体分析

第三节 2017年中国户外广告行业财务指标总体分析

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

第十章 户外广告行业赢利水平分析

第一节 成本分析

一、2014-2017户外广告成本价格走势

二、2014-2017户外广告行业人工成本分析

第二节 盈利水平分析

一、2014-2017户外广告行业价格走势

二、2014-2017户外广告行业营业收入情况

三、2014-2017户外广告行业毛利率情况

四、2014-2017户外广告行业赢利能力

五、2014-2017户外广告行业赢利水平

六、2014-2017户外广告行业赢利预测

第十一章 户外广告行业盈利能力分析

第一节 2017年中国户外广告行业利润总额分析

一、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

第二节 2017年中国户外广告行业销售利润率

一、销售利润率分析

二、不同规模企业销售利润率比较分析

三、不同所有制企业销售利润率比较分析

第三节 2017年中国户外广告行业总资产利润率分析

- 一、总资产利润率分析
- 二、不同规模企业总资产利润率比较分析
- 三、不同所有制企业总资产利润率比较分析
- 第四节 2017年中国户外广告行业产值利税率分析
 - 一、产值利税率分析
 - 二、不同规模企业产值利税率比较分析
 - 三、不同所有制企业产值利税率比较分析
- 第十二章 户外广告重点企业发展分析
 - 第一节 清晰频道户外广告公司
 - 一、企业概况
 - 二、2017年经营状况
 - (一) 企业偿债能力分析
 - (二) 企业运营能力分析
 - 三、2014-2017盈利能力分析
 - 四、2014-2017投资风险
 - 第二节 德高集团
 - 一、企业概况
 - 二、2017年经营状况
 - (一) 企业偿债能力分析
 - (二) 企业运营能力分析
 - 三、2014-2017盈利能力分析
 - 四、2014-2017投资风险
 - 第三节 TOM集团有限公司
 - 一、企业概况
 - 二、2017年经营状况
 - (一) 企业偿债能力分析
 - (二) 企业运营能力分析
 - 三、2014-2017盈利能力分析
 - 四、2014-2017投资风险
 - 第四节 白马户外媒体有限公司
 - 一、企业概况
 - 二、2017年经营状况
 - (一) 企业偿债能力分析
 - (二) 企业运营能力分析
 - 三、2014-2017盈利能力分析

四、2014-2017投资风险

第五节 大贺传媒股份有限公司

一、企业概况

二、2017年经营状况

(一) 企业偿债能力分析

(二) 企业运营能力分析

三、2014-2017盈利能力分析

四、2014-2017投资风险

第四部分 投资策略与风险预警

第十三章 户外广告行业投资策略分析

第一节 行业发展特征

一、行业的周期性

二、行业的区域性

三、行业的上下游

四、行业经营模式

第二节 行业投资形势分析

一、行业发展格局

二、行业进入壁垒

三、行业SWOT分析

四、行业五力模型分析

第三节 户外广告行业投资效益分析

一、2017年户外广告行业投资状况分析

二、2017年户外广告行业投资效益分析

三、2014-2017户外广告行业投资方向

四、2014-2017户外广告行业投资建议

第四节 户外广告行业投资策略研究

一、2016年户外广告行业投资策略

二、2017年户外广告行业投资策略

三、2014-2017户外广告行业投资策略

四、2014-2017户外广告细分行业投资策略

第十四章 户外广告行业投资风险预警

第一节 影响户外广告行业发展的主要因素

一、2017年影响户外广告行业运行的有利因素

二、2017年影响户外广告行业运行的稳定因素

三、2017年影响户外广告行业运行的不利因素

四、2017年我国户外广告行业发展面临的挑战

五、2017年我国户外广告行业发展面临的机遇

第二节 户外广告行业投资风险预警

一、2014-2017户外广告行业市场风险预测

二、2014-2017户外广告行业政策风险预测

三、2014-2017户外广告行业经营风险预测

四、2014-2017户外广告行业技术风险预测

五、2014-2017户外广告行业竞争风险预测

六、2014-2017户外广告行业其他风险预测

第五部分 发展趋势与规划建议

第十五章 户外广告行业发展趋势分析 (ZY GXH)

第一节 2014-2017中国户外广告市场趋势分析

一、2014-2017我国户外广告市场趋势总结

二、2014-2017我国户外广告发展趋势分析

第二节 2014-2017户外广告产品发展趋势分析

一、2014-2017户外广告产品技术趋势分析

二、2014-2017户外广告产品价格趋势分析

第三节 2014-2017中国户外广告行业供需预测

一、2014-2017中国户外广告供给预测

二、2014-2017中国户外广告需求预测

三、2014-2017中国户外广告价格预测

第四节 2014-2017户外广告行业规划建议

一、户外广告行业“十二五”整体规划

二、户外广告行业“十三五”发展预测

三、2014-2017户外广告行业规划建议

第十六章 户外广告企业管理策略建议

第一节 市场策略分析

一、户外广告价格策略分析

二、户外广告渠道策略分析

第二节 销售策略分析

一、媒介选择策略分析

二、产品定位策略分析

三、企业宣传策略分析

第三节 提高户外广告企业竞争力的策略

一、提高中国户外广告企业核心竞争力的对策

- 二、户外广告企业提升竞争力的主要方向
- 三、影响户外广告企业核心竞争力的因素及提升途径
- 四、提高户外广告企业竞争力的策略
- 第四节 对我国户外广告品牌的战略思考
 - 一、户外广告实施品牌战略的意义
 - 二、户外广告企业品牌的现状分析
 - 三、我国户外广告企业的品牌战略
 - 四、户外广告品牌战略管理的策略 (ZY GXH)

图表目录：

- 图表：2017年美国各类别广告支出增长率数据
- 图表：2016年全球主要媒体广告市场份额
- 图表：年全球主要地区广告市场份额
- 图表：2014-2017中美日广告市场规模对比
- 图表：2016年各国人家广告费用比较
- 图表：2014-2017美国互联网广告市场规模增长趋势图
- 图表：2014-2017年美国网络广告收入规模及增长状况
- 图表：2017年美国广告主广告预算调整情况对比
- 图表：2014-2017英国网络广告投入规模增长情况
- 图表：2014-2017英国网络广告支出规模
- 图表：户外广告行业生命周期
- 图表：户外广告产业链分析
- 图表：2017年笔记本电脑品牌广告主投放费用TOP
- 图表：2017年食品饮料类品牌广告主投放费用TOP
- 图表：2017年中国网络品牌广告投放费用及增长率
- 图表：2017年热门行业品牌广告预估费用排行
- 图表：2014-2017年中国网络广告市场规模
- 图表：2014-2017年中国主要形式网络广告市场规模比重
- 图表：2014-2017年中国主要行业网络广告投放费用TOP
- 图表：2014-2017单个广告主平均投放费用趋势
- 图表：2016年-与2017年-各行业单个广告主投放费用比较
- 图表：2014-2017年我国户外广告工业总产值及增长情况
- 图表：2016年户外广告投资结构
- 图表：2014-2017年我国户外广告资产总计及增长对比
- 图表：2017年我国不同所有制企业固定资产投资增速情况

图表：2017年我国户外广告细分行业企业固定资产投资增速情况

图表：2017年我国户外广告行业分地区固定资产投资增速情况

图表：2014-2017年我国户外广告资产总计及增长情况

图表：2014-2017年我国户外广告工业总产值及增长对比

图表：北京市场户外广告月投放对比

图表：上海户外广告月投放对比

图表：广州广告月投放对比

图表：2017年北京户外广告媒体类型同期对比

图表：2017年上海户外广告媒体类型同期对比

图表：2017年广州广告媒体类型同期对比

图表：北京外广告前十行业同期对比

图表：上海外广告前十行业同期对比

图表：广州外广告前十行业同期对比

图表：2014-2017年我国户外广告市场规模及增长情况

图表：2014-2017年我国户外广告市场规模及增长对比

图表：2017年户外电子屏广告市场终端细分市场

图表：2014-2017年我国户外广告销售收入及增长情况

图表：2014-2017年中国户外广告行业盈利能力对比图

图表：2014-2017年中国户外广告行业资产负债率对比图

图表：2014-2017年中国户外广告行业负债与所有者权益比率对比图

图表：2014-2017年中国户外广告行业营运能力对比图

图表：2014-2017年我国户外广告行业不同规模企业总资产周转率

图表：2014-2017年我国户外广告行业不同规模企业总资产周转率对比图

图表：2014-2017年我国户外广告销售收入及增长对比

图表：2014-2017年我国户外广告行业销售毛利率

图表：2014-2017年我国户外广告行业规模企业销售毛利率增长趋势图

图表：2014-2017年我国户外广告利润总额及增长情况

图表：2014-2017年我国户外广告行业不同规模企业销售毛利率

图表：2014-2017年我国户外广告行业不同规模企业销售毛利率对比图

图表：2014-2017我国户外广告行业利润总额预测图

图表：2014-2017年我国户外广告行业利润总额

图表：2014-2017年我国户外广告行业规模企业利润总额增长趋势图

图表：2014-2017年我国户外广告行业不同规模企业利润总额（亿元）

图表：2017年底我国户外广告行业不同规模企业利润总额分布图

图表：2014-2017年我国户外广告行业不同所有制企业利润总额

图表：2017年底我国户外广告行业不同所有制企业利润总额分布图

图表：2014-2017年我国户外广告行业销售利润率

图表：2014-2017年我国户外广告行业规模企业销售利润率增长趋势图

图表：2014-2017年我国户外广告行业不同规模企业销售利润率

图表：2014-2017年我国户外广告行业不同规模企业销售利润率对比图

图表：2014-2017年我国户外广告行业不同所有制企业销售利润率

图表：2014-2017年我国户外广告行业不同所有制企业销售利润率对比图

图表：2014-2017年我国户外广告行业总资产利润率

图表：2014-2017年我国户外广告行业规模企业总资产利润率增长趋势图

图表：2014-2017年我国户外广告行业不同规模企业总资产利润率

图表：2014-2017年我国户外广告行业不同规模企业总资产利润率对比图

图表：2014-2017年我国户外广告行业不同所有制企业总资产利润率

图表：2014-2017年我国户外广告行业不同所有制企业总资产利润率对比图

图表：2014-2017年我国户外广告行业产值利税率

图表：2014-2017年我国户外广告行业规模企业产值利税率增长趋势图

图表：2014-2017年我国户外广告行业不同规模企业产值利税率

图表：2014-2017年我国户外广告行业不同所有制企业产值利税率

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201801/607573.html>