

# 2020-2026年中国户外广告产业竞争现状及未来发展趋势报告

报告大纲

## 一、报告简介

智研咨询发布的《2020-2026年中国户外广告产业竞争现状及未来发展趋势报告》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/201801/607596.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。

受互联网广告冲击，线下广告整体市场规模处于持续下滑的态势，但我国户外广告市场规模扩展迅速，户外广告收入从2015年的276.2亿元增长至2018年的456.1亿元，复合增速为18.2%。

### 2015-2018年中国户外广告市场规模

智研咨询发布的《2018-2024年中国户外广告产业竞争现状及未来发展趋势报告》共七章。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1章：户外广告行业发展综述

#### 1.1 户外广告行业概述

##### 1.1.1 户外广告的定义

##### 1.1.2 户外广告的分类

(1) 按媒体所处位置分类

(2) 按广告表现性质分类

(3) 按表现形式不同分类

(4) 其他形式的分类

##### 1.1.3 户外广告的特征

(1) 户外广告形态特征

(2) 户外广告传播特征

##### 1.1.4 户外广告行业的作用

(1) 与城市建设的关系

(2) 与城市文化形象的关系

(3) 与城市经济发展的关系

#### 1.2 户外广告行业种群分析

### 1.2.1 媒介生态种群概述

- (1) 媒介生态种群定义
- (2) 媒介生态种群特征

### 1.2.2 户外广告行业种群结构分析

- (1) 户外广告行业的主要种群
- (2) 户外广告行业的种群间关系

### 1.2.3 户外广告行业种群矛盾分析

- (1) 广告主种群与广告媒介种群矛盾
- (2) 广告公司种群内部矛盾
- (3) 广告公司种群与资本种群间矛盾

## 1.3 户外广告行业发展环境分析

### 1.3.1 户外广告行业政策环境分析

- (1) 户外广告行业监管部门
- (2) 户外广告行业法规政策
- (3) 户外广告行业相关标准

### 1.3.2 户外广告行业经济环境分析

- (1) 国内宏观经济发展分析
- (2) 国内宏观经济发展趋势
- (3) 宏观环境对本行业影响

### 1.3.3 户外广告行业社会环境分析

- (1) 户外广告行业文化环境分析
- (2) 户外广告行业消费环境分析
- (3) 户外广告行业城市环境分析

### 1.3.4 户外广告行业技术环境分析

- (1) 行业技术专利申请数量分析
- (2) 行业技术专利申请人分析
- (3) 行业热门技术发展分析

## 第2章：户外广告所属行业发展现状分析

### 2.1 国际户外广告行业发展分析

#### 2.1.1 国际户外广告行业发展历程

#### 2.1.2 国际户外广告行业整体状况

#### 2.1.3 英国户外广告行业发展分析

- (1) 美国户外广告行业管理规范
- (2) 美国户外广告行业市场规模
- (3) 美国户外广告行业需求结构

- (4) 美国户外广告行业重点客户
- 2.1.4 欧洲户外广告行业发展分析
  - (1) 欧洲户外广告行业规模分析
  - (2) 欧洲户外广告发展形态分析57
  - (3) 欧洲户外广告发布内容分析
  - (4) 欧洲户外广告行业前景预测
- 2.1.5 亚洲国家户外广告行业发展分析
  - (1) 日本户外广告行业发展分析
  - (2) 新加坡户外广告行业发展分析
  - (3) 印度户外广告行业发展分析
- 2.2 中国户外广告行业发展历程分析
  - 2.2.1 中国户外广告行业发展历程
    - (1) 户外广告行业恢复发展期
    - (2) 户外广告行业改革发展期
    - (3) 户外广告行业膨胀发展期
    - (4) 户外广告行业平稳发展期
    - (5) 户外广告行业迅速发展期
  - 2.2.2 中国户外广告行业发展特点
    - (1) 行业的集中度明显增加
    - (2) 广告策划达到专业水准
    - (3) 户外广告更加重视创意
    - (4) 广告媒体资源争夺激烈
- 2.3 中国户外广告行业市场发展分析
  - 2.3.1 户外广告行业市场规模
  - 2.3.2 户外广告投放行业分析
    - 户外广告主要的投放场景有楼宇电梯、交通出行、影院等，2018年交通出行场景的户外广告份额最高，占比为47.7%；其次是楼宇电梯场景，市场份额为35.6%。虽然目前交通出行场景的户外广告份额最高，但楼宇电梯场景的户外广告增长明显，未来有望超过交通出行成为第一大户外广告场景。
  - 2015-2018年中国不同场景户外广告市场份额占比
  - 2.3.3 户外广告投放品牌分析
  - 2.3.4 户外媒体价格变化分析
  - 2.3.5 户外广告行业利润分析
- 2.4 中国户外广告行业竞争状况分析
  - 2.4.1 户外广告行业竞争现状分析

## 2.4.2 户外广告行业竞争格局分析

## 2.4.3 户外广告行业潜在威胁分析

## 2.5 中国户外广告行业发展机会与威胁

### 2.5.1 户外广告行业发展的威胁

### 2.5.2 户外广告行业发展的机会

## 第3章：户外广告行业受众及投放效果分析

### 3.1 户外广告行业受众分析

#### 3.1.1 户外广告受众生活形态分析

##### (1) 受众户外时间分析

##### (2) 受众交通工具选择

#### 3.1.2 户外广告受众广告接触习惯

##### (1) 受众对户外广告的接触频度分析

##### (2) 不同年龄受众户外广告接触情况

##### (3) 不同收入受众户外广告接触情况

#### 3.1.3 户外广告受众认知心理分析

##### (1) 受众对户外广告的认知情况

##### (2) 户外广告受众的偏好分析

#### 3.1.4 户外广告受众心理需求分析

### 3.2 户外广告投放效果分析

#### 3.2.1 户外广告环境对投放效果影响分析

#### 3.2.2 户外广告创意对投放效果影响分析

#### 3.2.3 户外广告投放时机对效果影响分析

#### 3.2.4 户外广告媒体类型对效果影响分析

### 3.3 户外广告设计及投放建议

#### 3.3.1 户外广告设计策略分析

##### (1) 提升户外广告的注意力

##### (2) 增强户外广告的记忆度

##### (3) 扩张广告的印象空间

##### (4) 户外广告情感体验设计

#### 3.3.2 户外广告投放建议

##### (1) 户外广告投放时间选择

##### (2) 户外广告投放地段选择

##### (3) 户外广告投放媒体类型选择

## 第4章：户外广告行业主要细分市场分析

### 4.1 户外电子屏广告市场分析

#### 4.1.1 户外电子屏广告市场定义及分类

- (1) 户外电子屏广告市场定义
- (2) 户外电子屏广告市场分类

#### 4.1.2 户外电子屏广告市场现状分析

- (1) 户外电子屏广告市场整体规模
- (2) 户外电子屏广告市场竞争格局

#### 4.1.3 户外电子屏广告细分领域分析

- (1) 户外电子屏广告细分领域规模
- (2) 公交地铁电子屏广告市场分析
- (3) 商业楼宇电子屏广告市场分析
- (4) 航空电子屏广告市场分析

#### 4.1.4 户外电子屏广告市场发展趋势

- (1) 户外电子屏广告促进因素分析
- (2) 户外电子屏广告市场规模预测

#### 4.2 公交车身广告市场分析

##### 4.2.1 公交车身广告定义及特点

- (1) 公交车身广告定义
- (2) 公交车身广告特点
- (3) 公交车身广告优势

##### 4.2.2 公交车身广告市场现状分析

- (1) 公交车身广告市场规模
- (2) 公交车身广告市场竞争情况
- (3) 公交车身广告区域市场情况

##### 4.2.3 公交车身广告投放情况分析

- (1) 公交车身广告投放行业分析
- (2) 公交车身广告投放品牌分析

##### 4.2.4 公交车身广告投放效果分析

- (1) 公交车身广告投放效果影响因素
- (2) 公交车身广告投放效果评测分析
- (3) 公交车身广告投放效果预测

#### 4.3 电梯平面广告市场分析

##### 4.3.1 电梯平面广告基本情况

- (1) 电梯平面广告基本尺寸
- (2) 电梯平面广告基本形式
- (3) 电梯平面广告画面制造

- (4) 电梯平面广告目标受众
- 4.3.2 电梯平面广告市场现状分析
  - (1) 电梯平面广告市场发展状况
  - (2) 电梯平面广告区域市场情况
- 4.3.3 电梯平面广告投放情况分析
  - (1) 电梯平面广告投放覆盖面分析
  - (2) 电梯平面广告投放行业分析
  - (3) 电梯平面广告投放品牌分析
- 4.3.4 电梯平面广告投放效果分析
  - (1) 电梯平面广告到达率评估
  - (2) 目标受众的评价
  - (3) 电梯平面广告的效果体现
- 4.3.5 京东商城电梯平面广告投放效果分析
  - (1) 调研背景分析
  - (2) 广告到达状况分析
  - (3) 广告创意分析
  - (4) 广告投放后产生的影响分析
- 4.4 户外广告其他细分市场分析
  - 4.4.1 射灯广告市场分析
    - (1) 射灯广告市场发展现状
    - (2) 射灯广告市场发展趋势
  - 4.4.2 候车亭广告市场分析
    - (1) 候车亭广告市场发展现状
    - (2) 候车亭广告市场发展趋势
  - 4.4.3 单立柱广告市场分析
    - (1) 单立柱广告市场发展现状
    - (2) 单立柱广告市场发展趋势
  - 4.4.4 霓虹灯广告市场分析
    - (1) 霓虹灯广告市场发展现状
    - (2) 霓虹灯广告市场发展趋势
- 第5章：户外广告行业区域市场分析
  - 5.1 户外广告行业市场区域发展概况
  - 5.2 一线城市户外广告行业市场分析
    - 5.2.1 一线城市户外广告行业市场发展概况
    - 5.2.2 北京市户外广告行业市场发展分析



- (1) 北京市户外广告行业管理规范
- (2) 北京市户外广告行业投放额分析
- (3) 北京市户外广告投放行业分析
- (4) 北京市户外广告投放品牌分析
- (5) 北京市户外广告媒体资源分析
- 5.2.3 上海市户外广告行业市场发展分析
  - (1) 上海市户外广告行业管理规范
  - (2) 上海市户外广告行业投放额分析
  - (3) 上海市户外广告行业领先企业分析
  - (4) 上海市机场类户外广告分析
  - (5) 上海市旅游类户外广告媒体选择分析
  - (6) 上海市户外广告媒体资源分析
- 5.2.4 广州市户外广告行业市场发展分析
  - (1) 广州市户外广告行业管理规范
  - (2) 广州市户外广告行业投放额分析
  - (3) 广州市机场类户外广告分析
  - (4) 广州市户外广告投放热点区域
  - (5) 广州市户外广告行业竞争情况
- 5.2.5 深圳市户外广告行业市场发展分析
  - (1) 深圳市户外广告行业管理规范
  - (2) 深圳市户外广告行业市场现状
  - (3) 深圳市户外广告媒体资源分析
  - (4) 深圳市户外广告行业竞争情况
- 5.3 二三线城市户外广告行业市场分析
  - 5.3.1 二三线城市户外广告行业市场发展概况
  - 5.3.2 武汉市户外广告行业市场发展分析
    - (1) 武汉市户外广告行业管理规范
    - (2) 武汉市户外广告行业市场现状
    - (3) 武汉市户外广告媒体资源分析
    - (4) 武汉市户外广告行业竞争情况
  - 5.3.3 南京市户外广告行业市场发展分析
    - (1) 南京市户外广告行业管理规范
    - (2) 南京市户外广告行业市场现状
    - (3) 南京市户外广告媒体资源分析
    - (4) 南京市户外广告行业整治情况

#### 5.3.4 杭州市户外广告行业市场发展分析

- (1) 杭州市户外广告行业管理规范
- (2) 杭州市户外广告行业市场现状
- (3) 杭州市户外广告媒体资源分析
- (4) 杭州市户外广告行业竞争情况

#### 5.3.5 成都市户外广告行业市场发展分析

- (1) 成都市户外广告行业管理规范
- (2) 成都市户外广告行业市场现状
- (3) 成都市户外广告媒体资源分析
- (4) 成都市户外广告行业竞争情况

#### 5.3.6 长沙市户外广告行业市场发展分析

- (1) 长沙市户外广告行业管理规范
- (2) 长沙市户外广告行业市场现状
- (3) 长沙市户外广告媒体资源分析
- (4) 长沙市户外广告行业整治情况

#### 5.3.7 重庆市户外广告行业市场发展分析

- (1) 重庆市户外广告行业管理规范
- (2) 重庆市户外广告行业市场现状
- (3) 重庆市户外广告媒体资源分析
- (4) 重庆市户外广告行业整治情况

### 第6章：户外广告行业领先企业经营分析

#### 6.1 户外广告行业企业总体发展状况

#### 6.2 户外广告行业领先企业经营分析

##### 6.2.1 分众传媒控股有限公司经营情况分析

- (1) 企业利润分析
- (2) 企业资产负债分析
- (3) 企业现金流量分析
- (4) 企业盈利指标分析

##### 6.2.2 华视传媒集团有限公司经营情况分析

- (1) 企业利润分析
- (2) 企业资产负债分析
- (3) 企业现金流量分析
- (4) 企业盈利指标分析

##### 6.2.3 航美传媒集团有限公司经营情况分析

- (1) 企业利润分析

(2) 企业资产负债分析

(3) 企业现金流量分析

(4) 企业盈利指标分析

#### 6.2.4 海南白马广告媒体投资有限公司经营情况分析

(1) 企业利润分析

(2) 企业资产负债分析

(3) 企业现金流量分析

(4) 企业盈利指标分析

#### 6.2.5 德高中国集团经营情况分析

(1) 企业利润分析

(2) 企业资产负债分析

(3) 企业现金流量分析

(4) 企业盈利指标分析

#### 6.2.6 北京首都机场广告有限公司经营情况分析

(1) 企业利润分析

(2) 企业资产负债分析

(3) 企业现金流量分析

(4) 企业盈利指标分析

### 第7章：户外广告行业投资分析与前景预测(ZY GXH)

#### 7.1 户外广告行业投资分析

##### 7.1.1 户外广告行业投资特性分析

(1) 户外广告行业进入壁垒分析

(2) 户外广告行业经营模式分析

##### 7.1.2 户外广告行业投资现状分析

##### 7.1.3 户外广告行业投资风险分析

(1) 户外广告行业政策风险

(2) 户外广告行业技术风险

(3) 户外广告行业资源风险

(4) 户外广告行业其他风险

#### 7.2 户外广告行业前景预测

##### 7.2.1 户外广告行业发展趋势分析

##### 7.2.2 户外广告行业发展前景预测

#### 7.3 户外广告行业投资建议

##### 7.3.1 户外广告行业投资价值

##### 7.3.2 户外广告行业可投资方向

### 7.3.3 户外广告行业投资方式建议 (ZY GXH)

图表目录：

图表1：户外广告按表现性质分类

图表2：户外广告按表现形式分类

图表3：户外广告按动态性分类

图表4：户外广告按动态性分类

图表5：户外广告与城市建设的关系

图表6：户外广告与城市文化形象的关系

图表7：户外广告与城市经济发展的关系

图表8：媒介生态种群特征分析

图表9：我国户外广告行业中的主要种群

图表10：两个物种种群的相互作用类型

图表11：户外广告细分种群间的关系

图表12：广告主种群与广告媒介种群矛盾

图表13：广告主种群与广告媒介种群矛盾的解决方案

图表14：我国户外广告公司种群内部矛盾

图表15：广告公司种群与资本种群间矛盾的解决方案

图表16：户外广告行业相关法规政策

图表17：户外广告行业相关标准

图表38：我国户外广告投放额及同比增速（单位：亿元，%）

图表39：2019年主要细分行业广告支出及同比增速（单位：家，百万元，%）

图表40：主要细分行业对广告行业增长的贡献率（单位：%）

图表41：户外广告投放额前十企业对比

图表42：TOP10广告主的投放额占比（单位：%）

图表43：TOP10广告主的集中度（单位：%）

图表44：户外广告行业利润高的原因

图表45：各类型广告公司盈利能力

图表46：户外广告行业发展面临的威胁

图表47：户外广告行业发展面临的机遇

图表48：不同地区户外广告受众偏好分析83

图表56：中国户外电子屏广告市场整体规模及同比增速（单位：亿元，%）

图表57：中国户外电子屏广告市场整体规模按季度同比增速（单位：亿元，%）

图表58：中国户外电子屏广告收入市场份额（单位：%）

图表59：中国户外电子屏广告投放媒介结构（单位：%）

图表60：中国户外电子屏广告投放媒介结构（按投放金额）（单位：%）

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201801/607596.html>