

# 2021-2027年中国户外广告 行业前景展望与市场需求预测报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

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

## 一、报告报价

《2021-2027年中国户外广告行业前景展望与市场需求预测报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202101/200336.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、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。

中企顾问网发布的《2021-2027年中国户外广告行业前景展望与市场需求预测报告》共十二章。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 行业环境综述

第一章 中国户外广告行业发展的经济及社会环境分析

1.1 中国户外广告行业经济环境分析

1.1.1 中国经济运行情况

1、国民经济运行情况GDP

2、消费价格指数CPI、PPI

3、全国居民收入情况

4、恩格尔系数

5、工业发展形势

6、固定资产投资情况

1.1.2 经济环境对行业的影响分析

1.2 中国户外广告行业社会环境分析

1.2.1 行业社会环境

1、人口环境分析

2、教育环境分析

3、文化环境分析

4、生态环境分析

5、中国城镇化率

6、居民的各种消费观念和习惯

1.2.2 社会环境对行业的影响分析

## 第二章 中国户外广告行业发展的政策及技术环境分析

2.1 中国户外广告行业政策环境分析

2.1.1 行业监管环境

1、行业主管部门

2、行业监管体制

2.1.2 行业政策分析

1、主要法律法规

2、相关发展规划

2.1.3 政策环境对行业的影响分析

2.2 中国户外广告行业技术环境分析

2.2.1 户外广告技术分析

1、技术水平总体发展情况

2、中国户外广告行业新技术研究

2.2.2 户外广告技术发展水平

1、中国户外广告行业技术水平所处阶段

2、与国外户外广告行业的技术差距

2.2.3 行业主要技术发展趋势

2.2.4 技术环境对行业的影响

## 第三章 户外广告行业概述

3.1 户外广告行业基本概述

3.1.1 户外广告行业基本定义

3.1.2 户外广告行业主要分类

3.1.3 户外广告行业市场特点

3.2 户外广告行业商业模式

3.2.1 户外广告行业商业模式

3.2.2 户外广告行业盈利模式

### 3.2.3 户外广告行业互联网+模式

## 3.3 户外广告行业产业链

### 3.3.1 户外广告行业产业链简介

### 3.3.2 户外广告行业上游供应分布

### 3.3.3 户外广告行业下游需求领域

## 3.4 户外广告行业研究机构

### 3.4.1 户外广告行业介绍

### 3.4.2 户外广告行业-研究优势

### 3.4.3 户外广告行业-研究范围

## 第二部分 行业发展概况

### 第四章 户外广告行业发展现状分析

#### 4.1 2014-2019年全球户外广告行业发展情况概述

##### 4.1.1 全球户外广告行业发展现状

##### 4.1.2 全球户外广告行业市场规模

##### 1、全球户外广告行业市场规模分析

##### 2、全球户外广告行业市场规模预测

##### 4.1.3 全球户外广告行业区域分析

##### 1、美国户外广告行业发展概况

##### 2、欧洲户外广告行业发展概况

##### 3、日韩户外广告行业发展概况

#### 4.2 2014-2019年中国户外广告行业发展情况概述

##### 4.2.1 中国户外广告行业发展阶段

##### 4.2.2 中国户外广告行业发展总体概况

##### 4.2.3 中国户外广告行业发展特点分析

##### 4.2.4 中国户外广告行业细分市场分析

#### 4.3 2014-2019年中国户外广告行业区域发展现状

##### 4.3.1 中国户外广告行业区域发展综述

##### 4.3.2 中国户外广告行业区域分布情况

##### 4.3.3 中国户外广告行业区域发展策略

## 第五章 中国户外广告行业运行指标分析及预测

- 5.1 中国户外广告行业市场规模分析及预测
  - 5.1.1 2014-2019年中国户外广告行业市场规模分析
  - 5.1.2 2021-2027年中国户外广告行业市场规模预测
- 5.2 中国户外广告行业市场供需分析及预测
  - 5.2.1 中国户外广告行业市场供给分析
    - 1、2014-2019年中国户外广告行业供给规模分析
    - 2、2021-2027年中国户外广告行业供给规模预测
  - 5.2.2 中国户外广告行业市场需求分析
    - 1、2014-2019年中国户外广告行业需求规模分析
    - 2、2021-2027年中国户外广告行业需求规模预测
- 5.3 中国户外广告行业企业数量分析
  - 5.3.1 2014-2019年中国户外广告行业企业数量情况
  - 5.3.2 2014-2019年中国户外广告行业企业竞争结构
- 5.4 2014-2019年中国户外广告所属行业财务指标总体分析
  - 5.4.1 行业盈利能力分析
  - 5.4.2 行业偿债能力分析
  - 5.4.3 行业营运能力分析
  - 5.4.4 行业发展能力分析

### 第三部分 投资潜力分析

#### 第六章 中国户外广告行业重点上游供应分析

- 6.1 户外广告行业上游（一）供应分析
  - 6.1.1 发展现状分析
  - 6.1.2 发展规模分析
  - 6.1.3 重点企业分析
- 6.2 户外广告行业上游（二）供应分析
  - 6.2.1 发展现状分析
  - 6.2.2 发展规模分析
  - 6.2.3 重点企业分析
- 6.3 户外广告行业上游（三）供应分析
  - 6.3.1 发展现状分析
  - 6.3.2 发展规模分析

### 6.3.3 重点企业分析

## 第七章 中国户外广告行业重点下游领域分析

### 7.1 户外广告行业下游领域（一）分析

#### 7.1.1 发展现状概述

#### 7.1.2 市场应用规模

#### 7.1.3 市场需求分析

### 7.2 户外广告行业下游领域（二）分析

#### 7.2.1 发展现状概述

#### 7.2.2 市场应用规模

#### 7.2.3 市场需求分析

### 7.3 户外广告行业下游领域（三）分析

#### 7.3.1 发展现状概述

#### 7.3.2 市场应用规模

#### 7.3.3 市场需求分析

## 第八章 2021-2027年中国户外广告行业投资风险与潜力分析

### 8.1 户外广告行业投资风险与壁垒

#### 8.1.1 户外广告行业进入壁垒分析

#### 8.1.2 户外广告行业发展趋势分析

#### 8.1.3 户外广告行业发展的影响因素

##### 1、有利因素

##### 2、不利因素

#### 8.1.4 户外广告行业投资风险分析

##### 1、政策风险

##### 2、供求风险

##### 3、技术风险

##### 4、产品结构风险

##### 5、其他风险

### 8.2 2021-2027年户外广告行业投资潜力与建议

#### 8.2.1 中国户外广告行业投资潜力分析

##### 1、户外广告投资潜力分析

- 2、户外广告投资吸引力分析
- 3、户外广告主要潜力品种分析
- 8.2.2 中国户外广告行业投资机会分析
  - 1、产业链投资机会
  - 2、细分市场投资机会
  - 3、重点区域投资机会
  - 4、产业发展的空白点
  - 5、投资回报率较高的投资方向
- 8.2.3 户外广告行业投资建议
  - 1、移动互联网营销渠道
  - 2、多渠道共同推进市场

#### 第四部分 行业竞争策略

#### 第九章 中国户外广告行业竞争企业分析

- 9.1 分众传媒控股有限公司
  - 9.1.1 企业发展基本情况
  - 9.1.2 企业主要产品分析
  - 9.1.3 企业竞争优势分析
  - 9.1.4 企业竞争策略分析
  - 9.1.5 企业经营状况分析
  - 9.1.6 企业最新发展动态
- 9.2 华视传媒集团有限公司
  - 9.2.1 企业发展基本情况
  - 9.2.2 企业主要产品分析
  - 9.2.3 企业竞争优势分析
  - 9.2.4 企业竞争策略分析
  - 9.2.5 企业经营状况分析
  - 9.2.6 企业最新发展动态
- 9.3 航美传媒集团有限公司
  - 9.3.1 企业发展基本情况
  - 9.3.2 企业主要产品分析
  - 9.3.3 企业竞争优势分析



- 9.3.4 企业竞争策略分析
- 9.3.5 企业经营状况分析
- 9.3.6 企业最新发展动态
- 9.4 北京首都机场广告有限公司
  - 9.4.1 企业发展基本情况
  - 9.4.2 企业主要产品分析
  - 9.4.3 企业竞争优势分析
  - 9.4.4 企业竞争策略分析
  - 9.4.5 企业经营状况分析
  - 9.4.6 企业最新发展动态
- 9.5 巴士在线控股有限公司
  - 9.5.1 企业发展基本情况
  - 9.5.2 企业主要产品分析
  - 9.5.3 企业竞争优势分析
  - 9.5.4 企业竞争策略分析
  - 9.5.5 企业经营状况分析
  - 9.5.6 企业最新发展动态
- 9.6 世通华纳传媒控股有限公司
  - 9.6.1 企业发展基本情况
  - 9.6.2 企业主要产品分析
  - 9.6.3 企业竞争优势分析
  - 9.6.4 企业竞争策略分析
  - 9.6.5 企业经营状况分析
  - 9.6.6 企业最新发展动态

## 第十章 中国户外广告行业竞争力分析

- 10.1 户外广告行业竞争五力模型分析
  - 10.1.1 户外广告行业上游议价能力
  - 10.1.2 户外广告行业下游议价能力
  - 10.1.3 户外广告行业新进入者威胁
  - 10.1.4 户外广告行业替代产品威胁
  - 10.1.5 户外广告行业内部企业竞争

## 10.2 户外广告行业竞争SWOT模型分析

### 10.2.1 户外广告行业优势分析（S）

### 10.2.2 户外广告行业劣势分析（W）

### 10.2.3 户外广告行业机会分析（O）

### 10.2.4 户外广告行业威胁分析（T）

## 10.3 户外广告行业竞争格局分析及预测

### 10.3.1 2014-2019年户外广告行业竞争分析

### 10.3.2 2014-2019年中外户外广告产品竞争分析

### 10.3.3 2014-2019年我国户外广告市场集中度分析

### 10.3.4 2021-2027年户外广告行业竞争格局预测

## 第十一章 中国户外广告行业企业竞争策略建议（）

### 11.1 提高户外广告企业竞争力的策略

#### 11.1.1 提高中国户外广告企业核心竞争力的对策

#### 11.1.2 户外广告企业提升竞争力的主要方向

#### 11.1.3 影响户外广告企业核心竞争力的因素及提升途径

#### 11.1.4 提高户外广告企业竞争力的策略建议

### 11.2 户外广告行业企业产品竞争策略

#### 11.2.1 产品组合竞争策略

#### 11.2.2 产品生命周期的竞争策略

#### 11.2.3 产品品种竞争策略

#### 11.2.4 产品价格竞争策略

#### 11.2.5 产品销售竞争策略

#### 11.2.6 产品服务竞争策略

#### 11.2.7 产品创新竞争策略

### 11.3 户外广告行业企业品牌营销策略

#### 11.3.1 品牌个性策略

#### 11.3.2 品牌传播策略

#### 11.3.3 品牌销售策略

#### 11.3.4 品牌管理策略

#### 11.3.5 网络营销策略

#### 11.3.6 品牌文化策略

### 11.3.7 品牌策略案例

## 第十二章 户外广告行业研究结论及建议（）

### 12.1 户外广告行业研究结论

### 12.2 建议

#### 部分图表目录：

图表：2014-2019年国内生产总值及其增速

图表：2014-2019年三次产业增加值占国内总值的比重

图表：2014-2019年全国工业增加值及其增长速度

图表：2014-2019年全国社会固定资产投资

图表：2014-2019年户外广告行业主要政策汇总

图表：户外广告行业技术分析

图表：户外广告产业链分析

图表：2014-2019年全球户外广告行业市场规模分析

图表：2021-2027年全球户外广告行业市场规模预测

图表：2014-2019年中国户外广告行业市场规模分析

图表：2021-2027年中国户外广告行业市场规模预测

图表：2014-2019年中国户外广告行业供给规模分析

图表：2021-2027年中国户外广告行业供给规模预测

图表：2014-2019年中国户外广告行业需求规模分析

图表：2021-2027年中国户外广告行业需求规模预测

图表：2014-2019年中国户外广告行业企业数量情况

图表：2014-2019年中国户外广告行业企业竞争结构

图表：中国户外广告行业盈利能力分析

图表：中国户外广告行业运营能力分析

图表：中国户外广告行业偿债能力分析

图表：中国户外广告行业发展能力分析

图表：中国户外广告行业经营效益分析

图表：2021-2027年中国户外广告行业发展趋势预测

图表：2021-2027年中国户外广告行业竞争策略建议

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202101/200336.html>