

# 2024-2030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

《2024-2030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/202406/462803.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

中企顾问网发布的《2024-2030年中国户外广告行业前景展望与市场需求预测报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局煤炭综采设备后市场服务行业的重要决策参考依据。

户外广告已有几十年的发展历史，至今已发展成为媒体类型丰富、表现形式多样、发展速度较快的广告模式。尤其是近年来，随着电视、报纸的广告资源越来越被充分开发，户外广告因其发展质量和数量引起了各方重视。

本报告利用资讯长期对户外广告行业市场跟踪搜集的一手市场数据，全面而准确的为您从行业的整体高度来架构分析体系。报告主要分析了户外广告行业种群及发展环境；中国户外广告行业发展历程；户外广告行业的市场特征；户外广告行业的竞争格局、竞争趋势；户外广告受众及投放效果；户外电子屏广告、公交车身广告、电梯平面广告、射灯广告、候车亭广告、单立柱广告、霓虹灯广告市场现状及趋势；一、二、三线城市户外广告区域市场状况；户外广告市场的领先企业经营情况；户外广告行业投资与前景预测；同时，佐之以全行业近5年来全面详实的一手连续性市场数据，让您全面、准确地把握整个户外广告行业的市场走向和发展趋势。

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

##### 1.1.3 户外广告的特征

##### 1.1.4 户外广告行业的作用

#### 1.2 户外广告行业种群分析

##### 1.2.1 媒介生态种群概述

##### 1.2.2 户外广告行业种群结构分析

##### 1.2.3 户外广告行业种群矛盾分析

#### 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

- 1.3.2 户外广告行业经济环境分析
- 1.3.3 户外广告行业社会环境分析
- 1.3.4 户外广告行业技术环境分析

## 第2章：户外广告行业发展现状分析

- 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 美国户外广告行业发展分析
  - 2.1.4 欧洲户外广告行业发展分析
  - 2.1.5 亚洲国家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
  - 2.2.2 中国户外广告行业发展特点
- 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
  - 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
  - 3.1.2 户外广告受众广告接触习惯

- 3.1.3 户外广告受众认知心理分析
- 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
  - 3.3.2 户外广告投放建议

## 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
  - 4.1.2 户外电子屏广告市场现状分析
  - 4.1.3 户外电子屏广告细分领域分析
  - 4.1.4 户外电子屏广告市场发展趋势
- 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
  - 4.2.2 公交车身广告市场现状分析
  - 4.2.3 公交车身广告投放情况分析
  - 4.2.4 公交车身广告投放效果分析
- 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
  - 4.3.2 电梯平面广告市场现状分析
  - 4.3.3 电梯平面广告投放情况分析
  - 4.3.4 电梯平面广告投放效果分析
  - 4.3.5 京东商城电梯平面广告投放效果分析
- 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
  - 4.4.2 候车亭广告市场分析
  - 4.4.3 单立柱广告市场分析

#### 4.4.4 霓虹灯广告市场分析

### 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

##### 5.2.3 上海市户外广告行业市场发展分析

##### 5.2.4 广州市户外广告行业市场发展分析

##### 5.2.5 深圳市户外广告行业市场发展分析

#### 5.3 新一线城市户外广告行业市场分析

##### 5.3.1 新一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

##### 5.3.3 南京市户外广告行业市场发展分析

##### 5.3.4 杭州市户外广告行业市场发展分析

##### 5.3.5 成都市户外广告行业市场发展分析

##### 5.3.6 长沙市户外广告行业市场发展分析

### 第6章：户外广告行业重点企业经营分析

#### 6.1 户外广告行业企业总体发展状况

#### 6.2 户外广告行业重点企业经营分析

##### 6.2.1 分众传媒信息技术股份有限公司经营情况分析

##### 6.2.2 航美传媒集团有限公司经营情况分析

##### 6.2.3 海南白马广告媒体投资有限公司经营情况分析

##### 6.2.4 德高中国集团经营情况分析

##### 6.2.5 北京首都机场广告有限公司经营情况分析

##### 6.2.6 号百信息服务有限公司经营情况分析

##### 6.2.7 雅仕维传媒集团经营情况分析

##### 6.2.8 北京沃捷文化传媒股份有限公司经营情况分析

##### 6.2.9 北京巴士传媒股份有限公司经营情况分析

##### 6.2.10 高铁传媒广告有限公司经营情况分析

## 第7章：户外广告行业投资分析与前景预测

### 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

## 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：户外广告按购买方式分类

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：户外广告产业链示意图

图表10：我国户外广告行业中的主要种群

图表11：两个物种种群的相互作用类型

图表12：户外广告细分种群间的关系

图表13：广告主种群与广告媒介种群矛盾

图表14：广告主种群与广告媒介种群矛盾的解决方案

图表15：我国户外广告公司种群内部矛盾

图表16：广告公司种群与资本种群间矛盾的解决方案

图表17：户外广告行业相关法规政策

图表18：户外广告行业相关标准

图表19：2014-2021年中国GDP增长走势图（单位：亿元，%）

图表20：2013-2021年中国社会消费品零售总额变化趋势图（单位：亿元，%）

图表21：2012-2021年中国工业增加值及增长率走势图（单位：亿元，%）

图表22：2014-2021年全国固定资产投资（不含农户）增长速度（单位：万亿元，%）

图表23：2021年中国主要经济指标增长及预测（单位：%）

图表24：2010-2021年中国城镇居民和农村居民人均可支配收入情况（单位：元，%）

图表25：2013-2021年户外广告相关专利申请数量变化图（单位：件）

图表26：2013-2021年户外广告相关专利公开数量变化图（单位：件）

图表27：截至2021年户外广告相关专利申请人构成表（单位：件）

图表28：截至2021年户外广告相关专利技术构成表（单位：件）

图表29：2017-2021年全球各大广告传播途径增长空间对比（单位：百万美元）

图表30：美国户外广告行业管理规范

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202406/462803.html>