

# 2019-2025年中国户外广告市场供需格局及未来发展趋势报告

报告大纲

## 一、报告简介

华经情报网发布的《2019-2025年中国户外广告市场供需格局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.huaon.com/detail/403552.html>

**报告价格：**电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

**订购电话:** 400-700-0142 010-80392465

**电子邮箱:** kf@huaon.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

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、户外广告所属行业市场规模
- 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、2018年清晰媒体户外控股公司经营状况
- 三、2018年清晰媒体户外控股公司经营状况
- 四、2018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、2018年德高集团经营状况
- 三、2018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、2018年Tom集团经营状况
- 三、2018年Tom集团经营状况
- 四、2018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、2018年白马户外媒体经营状况

三、2018年白马户外媒体经营状况

四、2018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、2018年大贺传媒经营状况

三、2018年大贺传媒经营状况

四、2018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、2018年博瑞传播经营状况分析

三、2018年博瑞传播经营状况分析

四、2018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 2019-2025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

### 一、户外广告行业投资总体评价

### 二、户外广告行业投资建议

## 图表目录：

图表：2018年户外广告行业区域结构

图表：2018年户外广告行业渠道结构

图表：2015-2018年户外广告所属行业市场规模

图表：2019-2025年户外广告所属行业市场规模预测

图表：2007-2018年户外广告行业市场增长速度

图表：2015-2018年户外广告行业需求总量

图表：2019-2025年户外广告行业需求量预测

图表：2015-2018年户外广告行业需求集中度

图表：2015-2018年户外广告行业需求增长速度

图表：2015-2018年户外广告行业市场饱和度

图表：2019-2025年户外广告行业需求总量预测

图表：2015-2018年户外广告行业供给总量

图表：2019-2025年户外广告行业供给量预测

图表：2015-2018年户外广告行业供给集中度

图表：2015-2018年户外广告行业供给增长速度

图表：2015-2018年户外广告行业销售数量

更多图表见正文……

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/403552.html>