

2017-2022年中国户外广告行业市场研究及发展前景预测报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2017-2022年中国户外广告行业市场研究及发展前景预测报告》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.huaon.com/detail/294291.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

户外广告(outdoor advertising),

泛指基于广告或宣传目的,而设置的户外广告物,常出现在交通流量较高的地区。

常见的户外广告如:企业LED户外广告灯箱、高速路上的路边广告牌.霓虹灯广告牌、LED看板及安装在窗户上的多功能画蓬等,现在甚至有升空气球、飞艇等先进的户外广告形式。

广告行业涉及广告主、广告公司、广告媒介和目标受众四大参与主体。其中广告公司在产业链中处于中介地位,通过收取广告费、支付媒介费获取差价收入。

一方面,广告公司与上游广告主建立广告代理关系,帮助广告主开展市场调查、提供市场预测、确定广告目标,依据广告主需求进行广告策划和创意,并完成广告作品的设计与制作;另一方面,广告公司通过对下游广告媒介的分析与选择,购买广告媒介发布广告,将广告信息传递给目标受众,最终实现广告目标。广告媒介作为广告主和目标受众的沟通渠道,包括电视、报纸、杂志、广播、户外等多种媒介形式。

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 户外广告产业概述

第一节 户外广告行业定义与分类

一、户外广告行业的概念及定义

二、户外广告行业主要产品分类

三、户外广告的特征

四、户外广告的特色功能

第二节 户外广告行业产业链分析

一、户外广告行业产业链简介

二、产业链上游发展分析

三、产业链下游发展分析

四、上下游行业影响分析

第二章 国际户外广告行业发展动向与趋势分析

第一节 全球户外广告行业发展分析

- 一、全球户外广告行业的现状
- 二、全球的户外广告行业的规模
- 三、全球户外广告行业的发展趋势

第二节 重要国家的户外广告行业发展分析

- 一、美国户外广告行业的发展分析
- 二、欧盟户外广告行业的发展分析
- 三、韩国户外广告行业的发展分析
- 四、日本户外广告行业的发展分析

第三章 我国户外广告行业的市场环境分析及影响分析（pest）

第一节 户外广告行业政治法律环境（p）

- 一、行业监管部门分析
- 二、行业监管体制分析
- 三、行业相关法律法规和政策

第二节 行业经济环境分析（e）

- 一、宏观经济形势分析
- 二、宏观经济环境对行业的影响分析
- 三、户外广告及相关行业经济形势
- 四、相关行业经济对户外广告行业的影响分析

第三节 行业社会环境分析（s）

- 一、户外广告行业社会环境
- 二、社会环境对行业的影响

第四节 行业技术环境分析（t）

第四章 我国户外广告行业运行现状分析

第一节 我国户外广告行业发展状况分析

- 一、我国户外广告行业发展阶段
- 二、我国户外广告行业发展总体概况
- 三、我国户外广告行业发展特点分析

第二节 我国户外广告行业发展现状

一、我国户外广告行业市场规模

近年来随着航空、地铁、公路、铁路等交通运输网络的快速扩张、客运量稳定增加，广告客户越来越愿意将他们的广告支出用于获得商旅用户和出行市民的关注，这给户外媒体行业带来了巨大的发展机会，中国户外广告市场连年保持稳健增长，2014

年我国户外广告的市场规模约为148亿，到2017年可以达到200亿以上的市场规模，行业规模的复合增长率在20%以上。

二、我国户外广告行业发展分析

三、我国户外广告企业发展分析

第三节 我国户外广告行业经济指标分析

一、我国户外广告行业的盈利能力分析

二、我国户外广告行业的运营能力分析

三、我国户外广告行业的偿债能力分析

四、我国户外广告行业的发展能力分析

第五章 2013-2016年我国户外广告市场供需形势分析

第一节 2013-2016年户外广告行业供给分析

一、户外广告行业供给方分析

二、户外广告行业数量分析

三、不同户外广告供给比重分析

第二节 2013-2016年户外广告行业需求分析

一、户外广告行业需求方分析

二、不同类型户外广告需求的比重分析

第三节 2013-2016年户外广告行业供需平衡分析

一、户外广告供给方和需求方的关系

二、户外广告行业供需平衡分析

第六章 2017-2022年户外广告行业竞争形势

第一节 行业总体市场竞争状况分析

一、户外广告行业竞争市场概述

二、户外广告行业集中度分析

三、户外广告行业SWOT分析

第二节 户外广告行业竞争结构分析

一、户外广告行业现有竞争者分析

二、户外广告行业新进入者分析

三、户外广告行业替代品威胁

四、户外广告行业上游议价能力

五、户外广告行业下游议价能力

第三节 2013-2016年户外广告行业竞争格局分析

- 一、2013-2016年国内外户外广告竞争分析
- 二、2013-2016年我国户外广告市场竞争分析
- 三、2013-2016年我国户外广告市场集中度分析
- 四、2013-2016年国内主要户外广告企业动向

第七章 2017-2022年户外广告行业竞争格局分析

第一节 不同地点户外广告竞争格局

- 一、码头广告竞争分析
- 二、地铁广告竞争分析
- 三、公交车广告竞争分析
- 四、候车厅广告竞争分析
- 五、路标广告竞争分析
- 六、车站广告竞争分析

第二节 不同传播媒介户外广告竞争格局

- 一、墙面广告竞争分析
- 二、三面翻广告竞争分析
- 三、无照明广告竞争分析
- 四、电子屏广告竞争分析
- 五、电梯广告竞争分析

第三节 不同级别城市户外广告竞争格局分析

- 一、一线城市户外广告竞争分析
- 二、二三线城市户外广告竞争分析

第八章 户外广告行业竞争策略分析

第一节 户外广告市场竞争策略分析

- 一、2016年户外广告市场增长潜力分析
- 二、2016年户外广告主要潜力项目分析
- 三、现有户外广告竞争策略分析
- 四、户外广告潜力项目竞争策略选择
- 五、典型企业项目竞争策略分析

第二节 户外广告企业竞争策略分析

- 一、2017-2022年我国户外广告市场竞争趋势
- 二、2017-2022年户外广告行业竞争格局展望
- 三、2017-2022年户外广告行业竞争策略分析
- 四、2017-2022年户外广告企业竞争策略分析

第九章 2017-2022年我国户外广告重点企业分析

第一节 分众传媒控股有限公司

一、企业简介

二、企业竞争力分析

三、企业经营情况分析

四、企业发展战略分析

第二节 华视传媒集团有限公司

一、企业简介

二、企业竞争力分析

三、企业经营情况分析

四、企业发展战略分析

第三节 航美传媒集团有限公司

一、企业简介

二、企业竞争力分析

三、企业经营情况分析

四、企业发展战略分析

第四节 北京首都机场广告有限公司

一、企业简介

二、企业竞争力分析

三、企业经营情况分析

四、企业发展战略分析

第五节 巴士在线控股有限公司

一、企业简介

二、企业竞争力分析

三、企业经营情况分析

四、企业发展战略分析

第六节 世通华纳传媒控股有限公司

一、企业简介

二、企业竞争力分析

三、企业经营情况分析

四、企业发展战略分析

第七节 财富传媒（中国）投资发展有限公司

一、企业简介

二、企业竞争力分析

三、企业经营情况分析

四、企业发展战略分析

第八节 成都博瑞传播股份有限公司

一、企业简介

二、企业竞争力分析

三、企业经营情况分析

四、企业发展战略分析

第九节 清晰频道户外控股公司

一、企业简介

二、企业竞争力分析

三、企业经营情况分析

四、企业发展战略分析

第十节 白马户外媒体有限公司

一、企业简介

二、企业竞争力分析

三、企业经营情况分析

第十章 2017-2022年户外广告行业前景及趋势预测

第一节 2017-2022年户外广告市场前景

一、户外广告行业市场规模预测

二、户外广告行业产品结构预测

三、户外广告行业企业数量预测

第二节 2017-2022年我国户外广告行业供需预测

一、2017-2022年我国户外广告行业供给预测

二、2017-2022年我国户外广告行业需求预测

三、2017-2022年我国户外广告行业供需平衡预测

第三节 2017-2022年中国各类型户外广告未来发展预测

一、霓虹灯广告应用前景广泛

二、灯箱广告市场潜力巨大

三、我国公交移动电视广告未来的发展趋势

四、中国机场户外广告的发展趋势

第十一章 2017-2022年户外广告行业投资价值评估

第一节 我国户外广告行业投资现状分析

一、户外广告行业投资现状

二、户外广告行业投资形势

三、户外广告行业投资机遇

四、户外广告行业投资风险

第二节 户外广告行业投资特性分析

一、户外广告行业进入壁垒分析

二、户外广告行业盈利因素分析

三、户外广告行业盈利模式分析

第三节 2017-2022年户外广告行业发展的影响因素

一、有利因素

二、不利因素

第四节 2017-2022年户外广告行业投资价值评估分析

第十二章 研究结论及投资建议

第一节 户外广告行业研究结论及建议

第二节 户外广告子行业研究结论及建议

第三节 户外广告行业投资建议

一、行业发展策略建议

二、行业投资方向建议

三、行业投资方式建议

图表目录

图表 户外广告的分类

图表 美国户外广告市场规模

图表 欧盟户外广告市场规模

图表 韩国户外广告市场规模

图表 日本户外广告市场规模

图表 2013-2016年我国城镇居民可支配收入增长趋势图

图表 2013-2016年我国农村居民人均纯收入增长趋势图

图表 2013-2016年中国城乡居民人均收入增长对比图

图表 2013-2016年中国城乡居民恩格尔系数对比表

图表 2013-2016年我国社会固定资产投资额走势图

图表 2013-2016年我国城乡固定资产投资额对比图

图表 2013-2016年我国户外广告行业市场规模

图表 2013-2016年我国户外广告行业的发行数量

图表 2013-2016年我国户外广告行业的营运能力

图表 2013-2016年我国户外广告行业供应数量

图表 2013-2016年我国户外广告行业需求数量

图表 2017-2022年我国户外广告行业市场规模预测

图表 2017-2022年我国户外广告行业市场结构预测

图表 2017-2022年我国户外广告行业盈利情况预测

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/294291.html>