

# 2019-2025年中国户外广告行业发展潜力分析及投资方向研究报告

报告大纲

## 一、报告简介

华经情报网发布的《2019-2025年中国户外广告行业发展潜力分析及投资方向研究报告》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/415439.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。

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：

### 第一部分行业发展环境

#### 第一章 户外广告行业发展综述

##### 第一节 户外广告行业定义及分类

###### 一、行业定义

###### 二、行业分类

##### 第二节 户外广告的特征

###### 一、形态特征

###### 1、产品结构特征

###### 2、产品美学特征

###### 二、传播特征

##### 第三节 户外广告发布流程

###### 一、申请户外广告具备的条件

###### 二、申请发布户外广告的程序

##### 第四节 户外广告行业的地位

###### 一、与城市建设的关系

###### 二、与城市文化形象的关系

###### 三、与城市经济发展的关系

##### 第五节 户外广告的作用概述

###### 一、提升城市形象

###### 二、活跃经济发展

###### 三、展现城市地域特色

###### 四、公益性户外广告效应

## 第二章 户外广告行业市场环境及影响分析（PEST）

### 第一节 户外广告行业政治法律环境（P）

#### 一、行业政策环境分析

#### 二、政策环境对行业的影响

### 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

### 第三节 行业社会环境分析（S）

#### 一、户外广告产业社会环境

#### 二、社会环境对行业的影响

### 第四节 行业技术环境分析（T）

#### 一、户外广告制作材料

#### 二、户外广告技术工艺分析

#### 三、技术环境对行业的影响

## 第三章 国际户外广告所属行业发展分析及经验借鉴

### 第一节 全球户外广告市场总体情况分析

#### 一、全球户外广告行业发展概况

#### 二、全球户外广告市场产品结构

#### 三、全球户外广告行业发展特征

### 第二节 全球主要国家（地区）市场分析

#### 一、美国户外广告行业发展分析

#### 二、欧洲户外广告行业发展分析

#### 三、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、韩国户外广告行业发展分析

## 第二部分 所属行业运行分析

## 第四章 我国户外广告所属行业运行现状分析

### 第一节 我国户外广告所属行业发展状况分析

#### 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 户外广告行业发展现状

## 一、我国户外广告行业市场规模

## 二、我国户外广告行业发展分析

### 1、户外广告行业整体环境分析

### 2、户外广告发展模式创新分析

### 3、户外广告行业新形势分析

### 4、高科技对户外广告的影响分析

## 第三节 户外广告市场投放分析

### 一、户外广告市场投放综述

### 二、重点行业户外广告投放分析

#### 1、交通类

#### 2、邮电通讯

#### 3、娱乐休闲

#### 4、化妆品

#### 5、房地产

### 三、广告主投放户外广告分析

### 四、户外广告投放前10品牌分析

### 五、商务楼宇广告投放分析

### 六、移动广告投放分析

## 第四节 我国户外广告市场价格走势分析

### 一、户外广告市场定价机制组成

### 二、户外广告市场价格影响因素

### 三、2019-2025年户外广告产品价格走势预测

## 第五章 我国户外广告市场供需形势分析

### 第一节 中国户外广告产品产量分析及预测

#### 一、户外广告产业总体产能规模

#### 二、户外广告生产区域分布

#### 三、2018年产量

#### 四、2018年消费情况

### 第二节 中国户外广告市场需求分析及预测

#### 一、中国户外广告需求特点

#### 二、主要地域分布

### 第三节 中国户外广告价格趋势分析

#### 一、中国户外广告2018年价格趋势

#### 二、中国户外广告当前市场价格及分析

### 三、影响户外广告价格因素分析

## 第六章 户外广告主及受众分析

### 第一节 我国户外广告主分析

- 一、广告主行业构成
- 二、广告主的户外广告费占广告预算比例
- 三、广告主投放户外广告的目的
- 四、广告主选择户外广告的因素
- 五、广告主对户外广告的效果评价
- 六、广告主了解并投放户外广告的渠道
- 七、广告主签订户外广告合同后的满意度
- 八、广告主投放户外广告成功的关键因素
- 九、广告主认为户外广告的不足及原因
- 十、广告主对户外广告新形式的看法

### 第二节 户外广告受众分析

#### 一、户外广告受众行为特征分析

- 1、受众户外时间分析
- 2、受众交通工具选择分析
- 3、受众接触户外媒体的黄金时间
- 4、受众接触户外媒体的黄金地段
- 5、不同年龄受众户外广告接触情况
- 6、不同收入受众户外广告接触情况

#### 二、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

### 第三节 影响户外广告投放的因素分析

- 一、户外广告投放的宏观因素分析
- 二、户外广告创意影响分析
- 三、户外广告投放时机影响分析

### 第四节 户外广告设计投放策略

#### 一、户外广告设计分析

- 1、提升户外广告的注意力
- 2、增强户外广告的记忆度
- 3、扩张广告的想象空间
- 4、户外广告情感体验设计

## 二、户外广告投放策略

### 第三部分行业深度分析

#### 第七章 我国户外广告细分市场分析预测

##### 第一节 户外电子屏广告市场分析预测

###### 一、户外电子屏广告的定义和分类

###### 1、户外电子屏广告的定义

###### 2、户外电子屏广告的分类

###### 二、户外电子屏广告市场现状分析

###### 1、户外电子屏广告发展概况

###### 2、户外电子屏竞争格局

###### 3、户外电子屏广告主规模

###### 三、户外电子屏广告主要细分市场分析

###### 1、公交地铁电子屏广告市场

###### (1) 公交地铁电子屏广告市场规模

###### (2) 公交地铁电子屏广告市场竞争格局

###### (3) 公交地铁电子屏广告市场发展趋势

###### 2、商业楼宇电子屏广告市场

###### (1) 商业楼宇电子屏广告市场规模

###### (2) 商业楼宇电子屏广告市场竞争格局

###### (3) 商业楼宇电子屏广告市场发展趋势

###### 3、航空电子屏广告市场

###### (1) 航空电子屏广告市场规模

###### (2) 航空电子屏广告市场竞争格局

###### (3) 航空电子屏广告市场发展趋势

###### 四、LED大屏幕广告市场

###### 1、LED大屏幕广告市场规模

###### 2、LED大屏幕广告市场竞争格局

###### 五、2019-2025年户外电子屏广告市场发展趋势

###### 1、促进因素分析

###### 2、阻碍因素分析

##### 第二节 公交车身广告市场分析预测

###### 一、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

#### 二、公交车身广告市场现状分析

- 1、公交车身广告适合各类产品发布
- 2、高接触机率和稳定的接触频次
- 3、较强的地理针对性较低的千人成本(CPM)
- 4、较低的千人成本(CPM)

#### 三、公交车身广告投放效果分析

- 1、车身广告发布目的
- 2、广告排期的配合
- 3、广告位置的配合

### 第三节 电梯平面广告市场分析预测

#### 一、电梯平面广告基本情况

#### 二、电梯平面广告功能分析

- 1、基础性、视觉性、长效性、整合性、互补性功能
- 2、受众群体层面的综合性与针对性功能
- 3、引发共同关注，现场交流，快速促成消费决策功能

#### 三、电梯平面广告优点

#### 四、电梯平面广告特点分析

#### 五、电梯平面广告盈利模式

#### 六、电梯平面广告问题情况

#### 七、电梯平面广告发展趋势

### 第四节 户外广告其他细分市场分析预测

#### 一、灯箱广告市场分析预测

- 1、灯箱广告市场发展现状
- 2、灯箱广告市场发展趋势

#### 二、候车亭广告市场分析预测

- 1、候车亭广告市场发展现状
- 2、候车亭广告市场发展趋势

#### 三、单立柱广告市场分析预测

- 1、单立柱广告市场发展现状
- 2、单立柱广告市场发展趋势

#### 四、霓虹灯广告市场分析预测

- 1、霓虹灯广告市场发展现状
- 2、霓虹灯广告市场发展趋势

#### 五、路牌广告市场分析预测

1、路牌广告市场发展现状

2、路牌广告市场发展趋势

六、机场广告市场分析预测

1、机场广告市场发展现状

2、机场广告市场发展趋势

七、高速公路广告市场分析预测

1、高速公路广告市场发展现状

2、高速公路广告市场发展趋势

八、地铁广告市场分析预测

1、地铁广告市场发展现状

2、地铁广告市场发展趋势

## 第八章 户外广告行业区域市场分析

### 第一节 一级城市户外广告市场发展分析

#### 一、北京市户外广告市场发展分析

1、北京市户外广告行业管理规范

2、北京市户外广告行业市场现状

3、北京市户外广告媒体资源分析

4、北京市户外广告行业竞争情况

#### 二、上海市户外广告市场发展分析

1、上海市户外广告行业管理规范

2、上海市户外广告行业市场现状

3、上海市户外广告媒体资源分析

4、上海市户外广告行业竞争情况

#### 三、广州市户外广告市场发展分析

1、广州市户外广告行业管理规范

2、广州市户外广告行业市场现状

3、广州市户外广告媒体资源分析

4、广州市户外广告行业竞争情况

#### 四、深圳市户外广告市场发展分析

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

### 第二节 二、三级城市户外广告市场发展分析

## 一、成都市户外广告市场发展分析

- 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

## 二、武汉市户外广告市场发展分析

- 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

## 三、南京市户外广告市场发展分析

- 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竞争情况

## 四、杭州市户外广告市场发展分析

- 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

## 五、郑州市户外广告市场发展分析

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

## 六、长沙市户外广告市场发展分析

- 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

## 第四部分行业竞争格局

### 第九章 2019-2025年户外广告行业竞争形势及策略

#### 第一节 行业总体市场竞争状况分析

##### 一、户外广告行业竞争结构分析

## 二、户外广告行业企业间竞争格局分析

## 三、户外广告行业集中度分析

## 四、户外广告行业SWOT分析

## 第二节 中国户外广告行业竞争格局综述

### 一、户外广告行业竞争概况

### 二、中国户外广告行业竞争力分析

### 三、中国户外广告产品竞争力优势分析

## 第三节 户外广告行业竞争格局分析

### 一、国内外户外广告竞争分析

### 二、我国户外广告市场竞争分析

### 三、我国户外广告市场集中度分析

### 四、国内主要户外广告企业动向

## 第四节 户外广告行业并购重组分析

### 一、跨国公司在华投资兼并与重组分析

### 二、本土企业投资兼并与重组分析

### 三、行业投资兼并与重组趋势分析

## 第五节 2019-2025年户外广告市场竞争策略分析

## 第十章 2019-2025年户外广告行业领先企业经营形势分析

### 第一节 分众传媒控股有限公司

#### 一、企业发展简况分析

#### 二、企业产品服务分析

#### 三、企业户外媒体资源

#### 四、企业服务区域分析

#### 五、企业经营情况分析

#### 六、企业竞争力分析

#### 七、企业发展战略分析

### 第二节 华视传媒集团有限公司

#### 一、企业发展简况分析

#### 二、企业产品服务分析

#### 三、企业户外媒体资源

#### 四、企业服务区域分析

#### 五、企业经营情况分析

#### 六、企业最新发展动态

#### 七、企业发展战略分析

### 第三节 航美传媒集团有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业产品服务分析
- 三、企业户外媒体资源
- 四、企业服务区域分析
- 五、企业经营情况分析
- 六、企业媒体优势分析
- 七、企业最新发展动态
- 八、企业发展战略分析

### 第四节 白马户外媒体有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业产品服务分析
- 三、企业户外媒体资源
- 四、企业服务区域分析
- 五、企业经营情况分析

### 第五节 德高中国集团

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业产品服务分析
- 三、企业户外媒体资源
- 四、企业服务区域分析
- 五、企业经营情况分析
- 六、企业核心价值分析

### 第六节 永达户外传媒集团

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业户外媒体资源
- 三、企业服务区域分析
- 四、企业区域布局情况

### 第七节 香港雅仕维媒体集团

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业户外媒体资源
- 三、企业服务区域分析
- 四、企业经营情况分析
- 五、企业发展战略分析

### 第八节 百灵时代传媒集团有限公司

- 一、企业发展简况分析

## 二、企业产品服务分析

## 三、企业户外媒体资源

## 四、企业服务区域分析

### 第九节 巴士在线科技有限公司

#### 一、企业发展简况分析

#### 二、企业产品服务分析

#### 三、企业服务区域分析

#### 四、企业经营情况分析

#### 五、企业最新发展动态

#### 六、企业发展战略分析

### 第十节 成都博瑞传播股份有限公司

#### 一、企业发展简况分析

#### 二、企业产品服务分析

#### 三、企业经营收入分析

#### 四、企业偿债能力分析

#### 五、企业经营效率分析

#### 六、企业获利能力分析

#### 七、企业发展能力分析

#### 八、企业竞争力分析

#### 九、企业发展战略分析

## 第五部分 行业发展预测

### 第十一章 2019-2025年户外广告行业前景及趋势

#### 第一节 2019-2025年户外广告市场发展前景

##### 一、2019-2025年户外广告市场发展潜力

##### 二、2019-2025年户外广告市场发展前景展望

##### 三、2019-2025年户外广告细分行业发展前景分析

###### 1、霓虹灯广告应用前景分析

###### 2、灯箱广告市场前景分析

###### 3、LED户外广告市场前景分析

###### 4、公交地铁电子屏广告市场前景分析

###### 5、机场广告市场前景分析

#### 第二节 2019-2025年户外广告市场发展趋势预测

##### 一、2019-2025年户外广告行业发展趋势

###### 1.户外媒体强者更强，中小型户外公司寻求抱团合作意向更明显

- 2.户外媒介环境进入多屏时代，行业整体进入创新、整合期
- 3.户外广告以终端规模拉动经济规模影响力有限
- 4.各城市对户外媒体整治力度加大，致使户外媒体资源的稀缺性决定其价值
- 5.新技术助力户外广告优化转型，内容型新媒体受青睐
- 6.大事件带动户外广告投放，全球市场优化配置户外广告资源
- 7.受众生活形态与出行方式复杂多样化，赋予户外广告更多的传播空间
- 8.户外媒体与消费者互动提升宣传能量，提升传播实效精准度
- 9.户外高铁、航空媒体市场高度集中，形成寡头格局
- 10.媒体采购成本上涨，抑制户外媒体涨幅

## 二、2019-2025年户外广告规划原则

- 1、整体性与多样性相结合原则
- 2、低碳环保与环境协调性原则
- 3、注重视觉美学原则
- 4、实事求是和可操作性原则

## 三、2019-2025年细分市场发展趋势预测

### 第三节 2019-2025年中国户外广告行业供需预测

- 一、2019-2025年中国户外广告行业供给预测
- 二、2019-2025年中国户外广告行业需求预测
- 三、2019-2025年中国户外广告行业供需平衡预测

## 第十二章 2019-2025年户外广告行业投资价值评估

### 第一节 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

### 第二节 2019-2025年户外广告行业发展的影响因素

- 一、有利因素
- 二、不利因素

### 第三节 2019-2025年户外广告行业投资价值评估分析

- 一、行业投资效益分析
- 二、产业发展的空白点分析
- 三、投资回报率比较高的投资方向
- 四、新进入者应注意的障碍因素

## 第十三章 2019-2025年户外广告行业投资机会与风险防范

## 第一节 户外广告行业投融资情况

- 一、行业资金渠道分析
- 二、固定资产投资分析
- 三、兼并重组情况分析

## 第二节 2019-2025年户外广告行业投资机会

- 一、产业链投资机会
- 二、细分市场投资机会
- 三、重点区域投资机会
- 四、户外广告行业投资机遇

## 第三节 2019-2025年户外广告行业投资风险及防范

- 一、政策风险及防范
- 二、技术风险及防范
- 三、供求风险及防范
- 四、宏观经济波动风险及防范
- 五、企业经营风险及防范
- 六、其他风险及防范
- 1、管理风险分析
- 2、资金短缺风险

## 第四节 中国户外广告行业投资建议

- 一、户外广告行业未来发展方向
- 二、户外广告行业主要投资建议

## 第六部分 行业发展战略

### 第十四章 户外广告行业发展战略研究

#### 第一节 户外广告特许经营模式分析

- 一、国内外户外广告特许经营分析
  - 1、户外广告特许经营概述
  - 2、国外户外广告特许经营分析
  - 3、国内户外广告特许经营分析
- 二、我国户外广告特许经营模式分析
  - 1、户外广告特许经营的BOT模式分析
  - 2、户外广告特许经营的TOT模式分析
  - 3、BOT模式和TOT模式的对比研究和结论
- 三、我国户外广告特许经营面临问题及对策建议
  - 1、政府管理问题

## 2、法律法规问题

## 3、对策和建议

### 第二节 户外广告公司差异化战略分析

#### 一、户外广告差异化现状及问题分析

##### 1、差异化战略理论

##### 2、户外广告差异化现状及问题

#### 二、户外广告公司差异化战略的制定

##### 1、差异化战略构建方案实施

##### 2、基于SWOT分析的精准定位

##### 3、人力资源的引进和开发

#### 三、户外广告公司差异化战略的实施

##### 1、户外差异化战略实施的流程

##### 2、实施服务、产品、市场及品牌差异化的途径

### 第三节 户外广告行业上市公司发展策略分析

#### 一、户外广告上市公司发展现状

#### 二、户外广告上市公司发展问题

##### 1、资本进入导致户外媒体资源开发泛滥

##### 2、资本进入导致户外媒体价值偏离

##### 3、户外广告上市公司资源整合、业务拓展战略问题

##### 4、户外广告公司上市后的并购问题

##### 5、户外广告上市公司对资源依赖性过大

##### 6、现代企业制度尚未完全建立

#### 三、户外广告公司上市后发展策略分析

##### 1、提升专业化能力和整合内部资源

##### 2、制定系统的资本市场发展战略

##### 3、打造完整的整合营销传播服务产业链

##### 4、上市后对资本运用的建议

##### 5、技术发展及科技创新策略

### 第四节 户外广告行业投资战略研究

#### 一、2018年户外广告行业投资战略

#### 二、2019-2025年户外广告行业投资战略

## 第十五章 户外广告典型商业模式与创新策略分析

### 第一节 户外广告行业主要商业模式分类情况

#### 一、综合资源依托型商业模式

- 1、综合资源依托型商业模式解析
- 2、综合资源依托型商业模式案例—华视传媒
- 3、综合资源依托型商业模式案例—分众传媒
- 二、机场依托型商业模式
- 1、机场依托型商业模式解析
- 2、机场依托型商业模式案例—航美传媒
- 3、机场依托型商业模式案例—首都机场
- 三、地铁依托型商业模式
- 1、地铁依托型商业模式解析
- 2、地铁依托型商业模式案例—深圳地铁
- 四、公交依托型商业模式
- 1、公交依托型商业模式解析
- 2、公交依托型商业模式案例—白马户外
- 3、公交依托型商业模式案例—世通华纳
- 五、铁路依托型商业模式
- 1、铁路依托型商业模式解析
- 2、铁路依托型商业模式案例—中铁传媒
- 六、高铁依托型商业模式
- 1、高铁依托型商业模式解析
- 2、高铁依托型商业模式案例—华铁传媒
- 七、出租车依托型商业模式
- 1、出租车依托型商业模式解析
- 2、出租车依托型商业模式案例—触动传媒
- 八、电梯依托型商业模式
- 1、电梯依托型商业模式解析
- 2、电梯依托型商业模式案例—华语传媒
- 九、社区依托型商业模式
- 1、社区依托型商业模式解析
- 2、社区依托型商业模式案例—大贺传媒
- 十、校园依托型商业模式
- 1、校园依托型商业模式解析
- 2、校园依托型商业模式案例—迪岸传媒
- 十一、户外LED依托型商业模式
- 1、户外LED依托型商业模式解析
- 2、户外LED依托型商业模式案例—郁金香传媒

## 第二节 户外广告行业客户定位创新策略分析

### 一、户外广告受众生活形态分析

#### 1、户外广告受众户外时间分析

#### 2、户外广告受众交通工具选择

### 二、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

### 三、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

### 四、户外广告行业客户定位创新策略

#### 1、户外广告需要关注受众心理需求

#### 2、户外广告受众与广告主定位一致

## 第三节 户外广告行业价值主张创新策略分析

### 一、后消费时代的消费特点

### 二、户外广告价值主张创新需把握的特点

#### 1、户外广告价值主张创新的个性化

#### 2、户外广告价值主张创新的体验性

#### 3、户外广告价值主张创新的科技性

#### 4、户外广告价值主张创新的艺术性

### 三、户外广告价值主张创新策略分析

#### 1、户外广告实现与受众的互动

#### 2、户外广告绿色主体更受欢迎

#### 3、户外广告价值以创意为核心

#### 4、户外广告要有强大的冲击力

## 第四节 户外广告行业渠道通路创新策略分析

### 一、户外广告行业主要渠道通路比较

#### 1、户外广告与广告主的渠道通路

#### 2、户外广告与广告受众的渠道通路

### 二、户外广告行业渠道通路创新策略

#### 1、利用媒介资源与广告主互动

#### 2、广告资源实现自主查询选择

## 第五节 户外广告行业客户关系创新策略分析

### 一、户外广告现有客户关系比较

- 1、广告企业与广告主以招商形式为主
- 2、广告受众对户外广告是被动接受
- 3、广告企业副产品的发布

## 二、户外广告客户关系创新策略

- 1、企业可建立网络社交平台
- 2、企业可广泛征集广告创意
- 3、企业鼓励受众积极参与广告设计

## 第六节 户外广告行业核心资源创新策略分析

### 一、户外广告行业核心资源分析

- 1、户外广告行业以资源为导向
- 2、户外广告资源稀缺特点显著
- 3、资金成获取媒介资源的关键

### 二、户外广告行业核心资源创新

- 1、户外资源开发从被动转为主动
- 2、移动电视可以自制节目资源
- 3、户外广告数据资源有待开发

## 第七节 户外广告行业盈利模式创新策略分析

### 一、户外广告行业收入来源分析

### 二、户外广告行业盈利模式创新

## 第八节 户外广告行业合作伙伴创新策略分析

### 一、户外广告行业常见合作伙伴

- 1、媒介资源拥有者案例—华视传媒
- 2、广告业主案例—触动传媒
- 3、网络媒体案例—大贺传媒与新浪网
- 4、影视传媒机构案例—航美传媒

### 二、户外广告行业合作伙伴创新策略

## 第十六章 研究结论及发展建议

### 第一节 户外广告行业研究结论及建议

- 一、户外广告市场需求新变化
- 二、户外广告制作市场需求变化
- 三、户外广告制作市场需求变化

### 第二节 户外广告行业发展建议

- 一、行业转型
- 二、户外广告规划原则

### 三、行业投资建议

- 1、通路终端的户外媒体呈现整合和细分并存
- 2、户外广告创新是永远的话题
- 3、专业服务公司从后台走向前台

#### 图表目录：

图表：2018年末人口数及其构成

图表：2012-2018年中国户外广告行业市场规模及增长分析

图表：户外广告费用支出占广告总预算比例

图表：广告主选择户外广告看重点

图表：广告主了解并投放户外广告的渠道

图表：2018年中国户外电子屏广告收入市场份额

图表：2018年中国公交地铁电子屏广告市场规模

图表：2018年中国商业楼宇电子屏广告市场规模

图表：2018年中国商业楼宇电子屏广告市场份额分布

图表：2018年中国航空电子屏广告市场规模

图表：2018年中国航空电子屏广告市场份额分布

图表：2018年中国超大LED电子屏广告市场份额分布

更多图表见正文……

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/415439.html>