

2020-2025 年中国户外广告市场预测与投资前景分析报告

内容概要：

户外广告指在城市道路、公路、铁路两侧、城市轨道交通线路的地面部分、河湖管理范围和广场、建筑物、构筑物上，以灯箱、霓虹灯、电子显示装置、展示牌等为载体形式和在交通工具上设置的商业广告。

过去，户外媒体主要用于宣传类似啤酒、化妆品、婴儿用品等，但随着人们户外休闲活动的增多，高新科技的发展及其在户外媒体的广泛运用，户外广告创意不断提升，使得广告主更加注重户外广告的快速传播效果，逐渐将目光转向户外。

目前，国内 80% 的户外广告资源均掌握在中小型广告企业手中，而随着市场的不断放开，国际传媒巨头步步切入，中国户外广告产业正面临着有史以来最大的发展和整合期。随着城市市容规划的升级需要，户外广告公司正在向新技术领域迈进。当一线城市户外资源垄断格局日益成型后，竞争的“战场”正转向二三线城市。

前海中泰咨询结合了大量一手市场调研数据以及已有的专业数据库、公开数据信息、合作资源渠道等数据信息资源，深入客观地对户外广告行业的基本概况、全球发展现状、宏观发展环境、行业市场规模情况、细分市场状况、投放效果、竞争格局、重点企业情况、市场发展前景、发展趋势及投资潜力等重点内容进行了全面而系统的分析。

本研究报告数据主要依据于国家统计局、国家商务部、国务院发展研究中心信息网、中国及各省市广告协会、广州市户外广告行业协会、中国知网、前海中泰数据库以及国内外重点期刊杂志等渠道的基础信息，数据详实丰富、准确全面。本研究报告为户外广告行业相关企业、策划企业、科研单位、投资企业等准确了解户外广告行业现状和市场动态，把握企业定位和投资机遇提供投资决策参考依据，从而在竞争中赢得先机！

■ 基本信息

服务形式：电子版/印刷版

交付方式：Email 或特快专递

中文版价格：RMB 9800

英文版价格：USD 7900

服务热线：400-6630-998

订购专线：0755-32919669

订购邮箱：service@qhztzx.com

公司网址：www.qhztzx.com

出版日期：动态更新

■ 核心竞争力

- **数据库资源：**涵盖前海中泰数据库、中外文数据库、政府官方数据、合作伙伴资源共享数据库五大主要板块。
- **咨询经验丰富**
- **专业咨询团队**
- **社会公共资源**
- **服务水平与质量**
- **不断创新与探索**

■ 核心业务

产业研究 可行性研究报告

园区规划 商业计划书

产业规划 资金申请报告

上市咨询 企业管理咨询

市场调研 投资价值分析报告

招商策划 项目稳定回报论证

数据分析 投资风险评估报告

2020-2025 年中国户外广告市场预测与投资前景分析报告

■ 报告目录

第 1 章 户外广告相关概述

1.1 户外广告概述

1.1.1 户外广告概念

1.1.2 户外广告属性

1.1.3 户外广告优势

1.1.4 户外广告美学特征

1.1.5 户外广告影响及作用

1.2 户外广告行业的分类

1.2.1 按媒体所处位置分类

1.2.2 按广告表现性质分类

1.2.3 按表现形式不同分类

1.2.4 按其他形式的分类

1.3 户外广告行业种群分析

1.3.1 媒介生态种群概述

1.3.2 户外广告行业种群结构分析

1.3.3 户外广告行业种群矛盾分析

第 2 章 全球户外广告行业发展分析

2.1 全球户外广告行业发展现状

2.1.1 全球户外广告行业概况

2.1.2 全球户外广告市场格局

2.1.3 全球户外广告监管状况

2.1.4 全球户外广告业发展趋势

2.2 部分国家户外广告行业发展分析

- 2.2.1 美国户外广告行业发展分析
- 2.2.2 日本户外广告行业发展分析
- 2.2.3 德国户外广告行业发展分析
- 2.2.4 法国户外广告行业发展分析

第3章 中国户外广告行业发展环境分析

3.1 户外广告行业政策环境分析

- 3.1.1 行业法规政策
- 3.1.2 行业相关标准

3.2 户外广告行业经济环境分析

- 3.2.1 中国 GDP 增长情况
- 3.2.2 工业经济发展形势
- 3.2.3 社会固定资产投资情况
- 3.2.4 全社会消费品零售总额
- 3.2.5 中国融资环境分析

3.3 户外广告行业社会环境分析

- 3.3.1 人口结构环境分析
- 3.3.2 居民人均可支配收入
- 3.3.3 居民消费水平情况
- 3.3.4 文化教育环境分析
- 3.3.5 中国城镇化率水平

3.4 户外广告行业技术环境分析

- 3.4.1 行业技术水平现状
- 3.4.2 技术发展趋势分析

第4章 中国户外广告行业市场状况分析

4.1 户外广告行业发展概况

- 4.1.1 行业发展阶段
- 4.1.2 行业发展特点分析
- 4.1.3 行业制约因素分析

4.2 户外广告行业市场发展分析

- 4.2.1 户外广告行业市场规模
- 4.2.2 户外广告投放行业分析
- 4.2.3 户外广告投放品牌分析
- 4.2.4 户外媒体价格变化分析
- 4.2.5 户外广告行业利润分析

第5章 户外广告行业受众及投放效果分析

5.1 户外广告投放原因分析

5.2 户外广告受众分析

- 5.2.1 受众在户外度过时间分析
- 5.2.2 受众对交通工具选择分析
- 5.2.3 受众接触户外媒体的黄金时间分析
- 5.2.4 受众接触户外媒体的黄金地段分析
- 5.2.5 户外广告受众广告接触习惯
- 5.2.6 受众对户外广告的认知情况
- 5.2.7 户外广告受众的偏好分析

5.3 户外广告投放效果分析

- 5.3.1 户外广告投放重点行业分析
- 5.3.2 户外广告投放效果分析

5.4 影响户外广告投放的要素分析

- 5.4.1 影响户外广告投放宏观因素
- 5.4.2 创意是吸引受众的重要因素
- 5.4.3 广告环境影响户外广告效果
- 5.4.4 户外广告投放的创新思路
- 5.4.5 媒体组合能提高可信度
- 5.4.6 消费热点决定记忆程度

5.5 户外广告设计策略分析

- 5.5.1 提升户外广告的注意力

5.5.2 增强户外广告的记忆度

5.5.3 扩张广告的想象空间

5.5.4 户外广告情感体验设计

5.6 户外广告投放建议

5.6.1 户外广告投放时间选择

5.6.2 户外广告投放地段选择

5.6.3 户外广告投放媒体类型选择

第 6 章 户外广告行业主要细分市场发展分析

6.1 户外电子屏广告市场分析

6.1.1 户外电子屏广告定义及分类

6.1.2 LED 显示屏户外媒体的优势

6.1.3 户外电子屏广告市场规模

6.1.4 户外电子屏广告市场竞争格局

6.1.5 户外电子屏广告促进因素分析

6.1.6 户外 LED 媒体行业发展趋势

6.2 路牌广告市场分析

6.2.1 路牌广告定义

6.2.2 路牌广告优势分析

6.2.3 广告牌投放要考虑因素

6.2.4 路牌广告价格影响因素

6.2.5 路牌广告发展存在问题

6.2.6 路牌广告发展趋势分析

6.3 公交车身广告市场分析

6.3.1 公交车身广告定义

6.3.2 公交车身广告特点

6.3.3 公交车身广告优势分析

6.3.4 公交车身广告市场现状分析

6.3.5 公交车身广告区域市场分布情况

6.3.6 公交车身广告投放效果分析

6.4 电梯平面广告市场分析

6.4.1 电梯平面广告基本形式

6.4.2 电梯平面广告目标受众分析

6.4.3 电梯平面广告市场现状分析

6.4.4 电梯平面广告投放覆盖面分析

6.4.5 电梯平面广告投放行业分析

6.4.6 电梯平面广告投放品牌分析

6.5 机场户外广告市场分析

6.5.1 机场户外广告优势分析

6.5.2 机场户外广告运行新特点

6.5.3 中国机场媒体应理性发展

6.5.4 机场户外媒体呈现新趋势

6.4.5 电梯平面广告投放行业分析

6.5.6 我国机场广告投放品牌分析

6.6 户外广告其他细分市场分析

6.6.1 射灯广告市场分析

6.6.2 候车亭广告市场分析

6.6.3 单立柱广告市场分析

6.6.4 霓虹灯广告市场分析

6.6.5 三面翻广告市场分析

第7章 中国户外广告行业市场竞争格局分析

7.1 户外广告行业竞争格局分析

7.1.1 区域市场分布

7.1.2 行业竞争态势分析

7.2 户外广告行业波特五力竞争模型分析

7.2.1 现有企业间竞争

7.2.2 潜在进入者分析

7.2.3 替代品威胁分析

7.2.4 供应商议价能力

7.2.5 购买者议价能力

第 8 章 户外广告行业区域市场发展分析

8.1 北京市户外广告行业市场发展分析

8.1.1 户外广告行业管理规范

8.1.2 户外广告投放热点区域

8.1.3 户外广告投放行业分析

8.1.4 户外广告投放品牌分析

8.1.5 户外广告媒体资源分析

8.2 上海市户外广告行业市场发展分析

8.2.1 户外广告行业管理规范

8.2.2 户外广告投放热点区域

8.2.3 户外广告投放行业分析

8.2.4 户外广告投放品牌分析

8.2.5 户外广告媒体资源分析

8.3 广州市户外广告行业市场发展分析

8.3.1 户外广告行业管理规范

8.3.2 户外广告投放热点区域

8.3.3 户外广告投放行业分析

8.3.4 户外广告投放品牌分析

8.3.5 户外广告媒体资源分析

8.4 深圳市户外广告行业市场发展分析

8.4.1 户外广告行业管理规范

8.4.2 户外广告投放热点区域

8.4.3 户外广告投放行业分析

8.4.4 户外广告投放品牌分析

8.4.5 户外广告媒体资源分析

8.5 其他城市户外广告行业市场发展分析

8.5.1 武汉市户外广告行业发展分析

8.5.2 南京市户外广告行业发展分析

8.5.3 杭州市户外广告行业发展分析

8.5.4 成都市户外广告行业发展分析

8.5.5 长沙市户外广告行业发展分析

8.5.6 重庆市户外广告行业发展分析

第9章 中国户外广告行业重点企业经营分析

9.1 重点企业一

9.1.1 企业发展概况

9.1.2 产品结构分析

9.1.3 市场布局情况

9.1.4 经营状况分析

9.1.5 竞争优势分析

9.2 重点企业二

9.2.1 企业发展概况

9.2.2 产品结构分析

9.2.3 市场布局情况

9.2.4 经营状况分析

9.2.5 竞争优势分析

9.3 重点企业三

9.3.1 企业发展概况

9.3.2 产品结构分析

9.3.3 市场布局情况

9.3.4 经营状况分析

9.3.5 竞争优势分析

9.4 重点企业四

9.4.1 企业发展概况

9.4.2 产品结构分析

9.4.3 市场布局情况

9.4.4 经营状况分析

9.4.5 竞争优劣势分析

9.5 重点企业五

9.5.1 企业发展概况

9.5.2 产品结构分析

9.5.3 市场布局情况

9.5.4 经营状况分析

9.5.5 竞争优劣势分析

9.6 重点企业六

9.6.1 企业发展概况

9.6.2 产品结构分析

9.6.3 市场布局情况

9.6.4 经营状况分析

9.6.5 竞争优劣势分析

9.7 重点企业七

9.7.1 企业发展概况

9.7.2 产品结构分析

9.7.3 市场布局情况

9.7.4 经营状况分析

9.7.5 竞争优劣势分析

9.8 重点企业八

9.8.1 企业发展概况

9.8.2 产品结构分析

9.8.3 市场布局情况

9.8.4 经营状况分析

9.8.5 竞争优劣势分析

9.9 重点企业九

- 9.9.1 企业发展概况
- 9.9.2 产品结构分析
- 9.9.3 市场布局情况
- 9.9.4 经营状况分析
- 9.9.5 竞争优劣势分析

9.10 重点企业十

- 9.10.1 企业发展概况
- 9.10.2 产品结构分析
- 9.10.3 市场布局情况
- 9.10.4 经营状况分析
- 9.10.5 竞争优劣势分析

第 10 章 中国户外广告行业发展趋势与前景展望

10.1 中国户外广告行业发展趋势分析

- 10.1.1 户外广告行业未来发展方向
- 10.1.2 户外广告行业发展趋势分析

10.2 中国户外广告行业市场前景展望

- 10.2.1 户外广告市场发展前景展望
- 10.2.2 户外广告市场发展前景预测

第 11 章 中国户外广告行业发展投资潜力分析

11.1 中国户外广告行业市场投资机会分析

- 11.1.1 产业链投资机会分析
- 11.1.2 细分市场投资机会分析
- 11.1.3 重点区域投资机会分析

11.2 中国户外广告行业市场投资潜力分析

- 11.2.1 行业发展影响因素分析
- 11.2.2 行业市场投资潜力分析

11.3 中国户外广告行业市场投资风险分析

11.3.1 政策风险分析

11.3.2 市场风险分析

11.3.3 技术风险分析

11.3.4 资源风险分析

11.4 中国户外广告行业投资策略建议

11.4.1 行业投资价值分析

11.4.2 行业投资策略建议

■ 图表目录

图表 1：中国国内生产总值

图表 2：我国财政收入变化趋势

图表 3：中国教育经费投入情况

图表 4：中国农村居民人均纯收入情况

图表 5：中国城镇居民人均可支配收入情况

图表 6：中国人口规模变化情况

图表 7：我国人口年龄结构情况

图表 8：中国人口出生率

图表 9：中国城镇化率水平

图表 10：户外广告按表现性质分类

图表 11：户外广告按动态性分类

图表 12：户外广告行业相关法规政策

图表 13：户外广告行业相关标准

图表 14：户外广告行业发展阶段

图表 15：重点企业一盈利能力分析

图表 16：重点企业一运营能力分析

图表 17：重点企业一偿债能力分析

图表 18：重点企业一发展能力分析

图表 19：重点企业二盈利能力分析

图表 20：重点企业二运营能力分析

... ..

更多图表详见报告原文或咨询客服。

如需了解报告详细内容，请直接致电前海中泰咨询客服中心。

全国服务热线：400-6630-998 0755-32919669

QQ 在线咨询：2013746518 3119207588

电子邮箱：service@qhztzx.com

公司网站：www.qhztzx.com

大批量采购报告可享受会员特惠，详情请来电咨询，我们会竭诚为您服务！

【版权声明】本报告由前海中泰咨询出品，版权归前海中泰（深圳）研究咨询控股有限公司所有，拥有唯一著作权。前海中泰咨询的咨询产品为有偿提供给购买该产品的客户使用，并仅限于该客户内部使用。本报告及相关资料未经前海中泰（深圳）研究咨询控股有限公司书面授权许可，任何网站或媒体不得复制、转载或引用。