

2024-2029年中国户外广告行业供需及投资潜力预测报告

报告简介

户外广告业务近几年在中国市场发展很快。这种“快”不仅体现在行业规模短时间之内的不断扩大上，还体现在新兴户外媒体形式的“快速”推出及被市场认可、接受。而与“快”相伴相生的就是“高”，户外广告业的高利润、投资的高回报、整体行业的高增长。加之中国经济在全球经济中的“一枝独秀”，越来越多的跨国公司大举进入中国、各行业竞争的激烈程度越来越强，种种因素激发着户外广告行业的超速增长。

随着人们旅游和休闲活动的增多以及高新科技的广泛运用，户外媒体已成为广告主的新宠，其增长速度大大高于传统电视、报纸和杂志媒体。特别是分众传媒在纳斯达克成功上市后展开一系列大刀阔斧的并购，市值屡创新高之后，“户外媒体”成为风险投资商们聚焦的新热点。

2019全年户外广告投放总额达到1,415亿元;户外广告刊例花费同比上升3%，刨除范围变化外，实际下滑7%，与2018年实际增长13%比，降幅较大。

户外媒体是作为城市终端而存在的唯一广告媒体，户外媒体刊播的不只是广告信息而是都市人文情感，因此，广告的未来在户外。崛起于终端，户外广告业的春天已经到来。在中国制造向中国创造转变的发展进程中，户外广告大有可为。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息技术有限公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家海关总署、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、全国商业信息中心、中国经济景气监测中心、51行业报告网、全国及海外多种相关报纸杂志的基础信息等公布和提供的大量资料和数据，客观、多角度地对中国户外广告市场进行了分析研究。报告在总结中国户外广告发展历程的基础上，结合新时期的各方面因素，对中国户外广告的发展趋势给予了细致和审慎的预测论证。报告资料详实，图表丰富，既有深入的分析，又有直观的比较，为户外广告行业企业在激烈的市场竞争中洞察先机，能准确及时的针对自身环境调整经营策略。

报告目录

第一部分 行业运行现状

第一章 户外广告市场特征 8

第一节 行业定义及特征 8

一、行业定义 8

二、行业特征 8

第二节 经济环境分析 13

一、经济发展状况 13

二、收入增长情况	16
三、固定资产投资	16
四、存贷款利率变化	18
五、人民币汇率变化	19
第三节 政策环境分析	20
一、国家宏观调控政策分析	20
二、户外广告行业相关政策分析	22
第四节 户外广告行业发展的"波特五力模型"分析	24
一、行业内竞争	24
二、买方侃价能力	25
三、卖方侃价能力	25
四、进入威胁	26
五、替代威胁	26
第二章 中国户外广告行业产业链（上、下游及关联产业）状况分析	27
第一节 上游产业发展状况分析	27
一、户外广告投放平台供应	27
二、户外广告投放设备供应	42
第二节 下游产业发展状况分析	44
第三节 关联产业发展状况分析	46
第二部分 行业深度分析	
第三章 中国户外广告市场规模分析	52
第一节 2019-2023年中国户外广告市场规模分析	52
第二节 2019-2023年中国户外广告区域结构分析	53
第三节 2019-2023年中国户外广告区域市场规模分析	54

- 一、东北地区市场规模分析 54
- 二、华北地区市场规模分析 56
- 三、华东地区市场规模分析 59
- 四、华中地区市场规模分析 62
- 五、华南地区市场规模分析 64
- 六、西部地区市场规模分析 69
- 第四章 中国户外广告国内市场综述 73
- 第一节 中国户外广告产品产量分析及预测 73
- 一、户外广告产业总体产能规模 73
- 二、户外广告生产区域分布 74
- 三、2019-2023年产量 75
- 四、2019-2023年消费情况 76
- 第二节 中国户外广告市场需求分析及预测 77
- 一、中国户外广告需求特点 77
- 二、主要地域分布 78
- 第三节 2024-2029年中国户外广告供需平衡预测 80
- 第四节 中国户外广告价格趋势分析 80
- 一、中国户外广告2019-2023年价格趋势 80
- 二、中国户外广告当前市场价格及分析 81
- 三、影响户外广告价格因素分析 82
- 第五章 中国户外广告需求与消费者偏好调查 83
- 第一节 户外广告产品目标客户群体调查 83
- 一、不同收入水平消费者偏好调查 83
- 二、不同年龄的消费者偏好调查 83

三、不同地区的消费者偏好调查 84

第二节 户外广告产品的品牌市场调查 84

一、消费者对户外广告品牌认知度宏观调查 84

二、消费者对户外广告产品的品牌偏好调查 84

三、消费者对户外广告品牌的首要认知渠道 85

四、消费者经常购买的品牌调查 85

五、户外广告品牌忠诚度调查 85

六、户外广告品牌市场占有率调查 85

七、消费者的消费理念调研 85

第三节 不同客户购买相关的态度及影响分析 86

一、价格敏感程度 86

二、品牌的影响 87

三、购买方便的影响 87

四、广告的影响程度 88

第六章 全国户外广告行业财务状况分析 89

第一节 2019-2023年户外广告行业规模分析 89

一、2019-2023年户外广告行业总资产对比分析 89

二、2019-2023年户外广告行业企业单位数对比分析 89

三、2019-2023年户外广告行业从业人员平均人数对比分析 90

第二节 2019-2023年户外广告行业经济效益分析 90

第三节 2019-2023年户外广告行业效率分析 91

一、2019-2023年户外广告行业资产负债率对比分析 91

二、2019-2023年户外广告行业应收账款周转次数对比分析 92

第四节 2019-2023年户外广告行业结构分析 92

- 一、2019-2023年户外广告行业地区结构分析 92
- 二、2019-2023年户外广告行业所有制结构分析 93
- 三、2019-2023年户外广告行业不同规模企业结构分析 94
- 第五节 2019-2023年户外广告行业不同规模企业财务状况分析 95
 - 一、2019-2023年户外广告行业不同规模企业盈利能力分析 95
 - 二、2019-2023年户外广告行业不同规模企业营运能力分析 95
 - 三、2019-2023年户外广告行业不同规模企业偿债能力分析 95
- 第三部分 竞争格局分析
- 第七章 国内外户外广告重点企业分析 97
 - 第一节 华视传媒 97
 - 一、公司概况 97
 - 二、企业财务数据分析 97
 - 三、发展战略 99
 - 四、户外广告刊例价 100
 - 第二节 分众传媒 102
 - 一、公司概况 102
 - 二、企业财务数据分析 103
 - 三、发展战略 105
 - 四、户外广告刊例价 108
 - 第三节 航美传媒 112
 - 一、公司概况 112
 - 二、企业财务数据分析 114
 - 三、发展战略 114
 - 四、户外广告刊例价 115

第四节 大贺传媒股份有限公司 117

- 一、公司概况 117
- 二、企业财务数据分析 118
- 三、发展战略 120
- 四、户外广告刊例价 121

第五节 白马广告媒体有限公司 121

- 一、公司概况 121
- 二、企业财务数据分析 123
- 三、发展战略 124
- 四、户外广告刊例价 125

第六节 巴士在线 126

- 一、公司概况 126
- 二、企业财务数据分析 127
- 三、发展战略 129
- 四、户外广告刊例价 130

第七节 百灵时代传媒集团 130

- 一、公司概况 130
- 二、企业财务数据分析 131
- 三、发展战略 134
- 四、户外广告刊例价 134

第八节 TOM集团 135

- 一、公司概况 135
- 二、企业财务数据分析 136
- 三、发展战略 138

第九节 德高集团 138

一、公司概况 138

二、企业财务数据分析 139

三、发展战略 144

四、户外广告刊例价 145

第四部分 行业投资分析

第八章 中国户外广告行业发展预测 146

第一节 2024-2029年中国户外广告行业市场规模预测 146

第二节 2024-2029年中国户外广告行业产量预测 147

第三节 2024-2029年中国户外广告行业消费量预测 147

第四节 2024-2029年中国户外广告行业销售收入预测 148

第九章 户外广告行业投资前景与投资策略分析 150

第一节 行业SWOT模型分析 150

一、优势分析 150

二、劣势分析 150

三、机会分析 151

四、风险分析 151

第二节 户外广告行业发展的PEST分析 152

一、政治和法律环境分析 152

二、经济发展环境分析 156

三、社会、文化与自然环境分析 161

四、技术发展环境分析 167

第三节 户外广告行业投资价值分析 171

一、户外广告行业发展前景分析 171

- 二、户外广告行业盈利能力预测 172
- 三、投资机会分析 174
- 第四节 户外广告行业投资风险分析 176
 - 一、政策风险 176
 - 二、技术风险 177
 - 三、经营风险 178
 - 四、其他风险 178
- 第五节 户外广告行业投资策略分析 178
 - 一、重点投资品种分析 178
 - 二、重点投资地区分析 181
- 第十章 业内专家对中国户外广告行业总结及企业重点客户管理建议 183
 - 第一节 户外广告行业企业问题总结 183
 - 第二节 户外广告企业应对策略 183
 - 一、把握国家投资的契机 183
 - 二、竞争性战略联盟的实施 185
 - 三、企业自身应对策略 186
 - 第三节 户外广告市场的重点客户战略实施 188
 - 一、实施重点客户战略的必要性 188
 - 二、合理确立重点客户 189
 - 三、对重点客户的营销策略 191
 - 四、强化重点客户的管理 192
 - 五、实施重点客户战略要重点解决的问题 192
 - 第四节 户外广告行业研究结论及投资建议 195
 - 一、行业转型 195

二、户外广告规划原则 196

三、行业投资建议 197

图表目录

图表：2019-2023年2季度我国季度GDP增长率 15

图表：2019-2023年三季度全国固定资产投资情况 18

图表：2019-2023年11月各大银行人民币存款利率一览表 19

图表：2019-2023年11月日元兑人民币汇率走势图 20

图表：2019-2023年9-11月美元兑人民币汇率走势图 20

图表：2019-2023年11月韩元兑人民币汇率走势图 21

图表：2019-2023年11月欧元兑人民币汇率走势图 21

图表：户外广告行业现有企业的竞争分析 25

图表：我国户外广告行业买方侃价能力分析 26

图表：供应商对户外广告行业的议价能力分析 26

图表：2019-2023年中国网络广告市场规模 48

图表：2019-2023年不同形式网络广告市场份额 48

图表：2019-2023年中国搜索引擎行业季度广告市场规模 49

图表：2019-2023年中国在线视频行业收入构成 50

图表：2019-2023年中国在线视频行业广告市场规模 51

图表：2019-2023年中国在线视频移动端广告市场规模 52

图表：2019-2023年中国户外广告市场规模 54

图表：2019-2023年中国户外广告投放市场区域分布 76

图表：2019-2023年中国户外广告市场投放额(百万元) 77

图表：2024-2029年中国户外广告市场供需平衡预测 81

图表：2019-2023年中国传统户外广告花费TOP10品牌增幅 86

- 图表：2019-2023年户外广告上市企业资产负债率对比 92
- 图表：2019-2023年户外广告上市企业应收账款周转次数对比 93
- 图表：2019-2023年户外广告行业企业区域分布结构 93
- 图表：2019-2023年户外广告行业所有制结构分析 94
- 图表：2019-2023年中国户外广告行业不同规模企业结构分析 95
- 图表：华视传媒标准广告体系价格(单位：元/月) 101
- 图表：华视传媒其他形式广告价格体系(单位：元) 101
- 图表：公交电视标准广告套播价格(元) 102
- 图表：公交电视特色广告套播价格(元) 102
- 图表：公交电视软广告(信息类)套播价格(元) 102
- 图表：华视传媒深圳(单一投放)地铁电视套播价格(元) 103
- 图表：2019-2023年分众传媒集团营收情况 105
- 图表：2019-2023年分众传媒资产负债表 105
- 图表：2019-2023年分众传媒利润表 106
- 图表：2019-2023年分众传媒套装广告价格表一 109
- 图表：2019-2023年分众传媒套装广告价格表二 110
- 图表：2019-2023年分众传媒套装广告价格表三 111
- 图表：2019-2023年分众传媒套装广告价格表四 112
- 图表：2019-2023年分众传媒套装广告价格表五 113
- 图表：航美传媒机场常规电视广告发布价格表 116
- 图表：航美传媒分屏报时价格表 116
- 图表：航美传媒AirMedia机载广告价目表 117
- 图表：航美传媒分屏字幕价格表 117
- 图表：航美传媒安检口电视广告价格表 118

- 图表：大贺传媒智能终端机广告报价 122
- 图表：安康快告刊例价 122
- 图表：2019-2023年白马户外主要财务指标 124
- 图表：2019-2023年白马户外资产负债表 125
- 图表：白马广告候车亭媒体刊例价 126
- 图表：白马媒体公交广告刊例价 126
- 图表：2019-2023年巴士在线主要财务指标 128
- 图表：2019-2023年巴士在线利润表 129
- 图表：2019-2023年巴士在线资产负债表 129
- 图表：巴士在线移动传媒公交电视广告刊例价 131
- 图表：百灵时代巴士车身广告价目表(广州) 135
- 图表：百灵时代巴士广告套装价格 136
- 图表：2019-2023年TOM集团主要财务指标 137
- 图表：2019-2023年TOM集团利润表(单位：港元) 138
- 图表：2019-2023年TOM集团资产负债表 138
- 图表：2019-2023年TOM集团现金流量表(单位：港元) 139
- 图表：2019-2023年德高集团各板块业务收益 141
- 图表：2019-2023年德高集团剔除收购/资产剥离及外汇影响后各板块业务收益 141
- 图表：2019-2023年德高集团剔除收购/资产剥离及外汇影响后各区域收益 142
- 图表：2019-2023年第三季度德高集团调整后德高集团各板块广告收益 144
- 图表：2019-2023年德高集团剔除收购/资产剥离及外汇影响后各板块收益 144
- 图表：2019-2023年德高集团地铁灯箱媒体广告刊例价(广州) 146
- 图表：2019-2023年德高集团地铁12封灯箱套装媒体广告刊例价(广州) 146
- 图表：2024-2029年我国户外广告行业市场规模预测 147

- 图表：2024-2029年中国户外广告行业投放额预测 148
- 图表：2024-2029年中国户外广告行业市场需求规模预测 149
- 图表：2024-2029年我国户外广告行业销售收入预测 149
- 图表：户外广告行业相关标准 157
- 图表：2019-2023年中国人口数统计(单位：万人) 163
- 图表：2019-2023年中国人口年龄结构 164
- 图表：2019-2023年中国城镇化进程 166
- 图表：2019-2023年我国户外广告公开年专利申请数 169
- 图表：2019-2023年我国户外广告公开年专利申请数 169
- 图表：2019-2023年我国户外广告行业申请人构成分析(单位：项) 170
- 图表：我国户外广告相关专利分布领域前十位 171

把握投资 决策经营！

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费) Email : kf@51baogao.cn

本文地址 : <https://www.51baogao.cn/bg/20170212/38011.shtml>

在线订购 : [点击这里](#)