

2024-2029年中国户外广告市场发展分析及投资前景预测报告

报告简介

随着新媒体环境的形成和网络化户外数字媒体的兴起，户外媒体规模化、网络化的发展势头迅猛，已经成为城市经济发展的一个推动力，对城市的整体发展和建设起到了很好的促进作用。目前，城市户外广告的形式越来越丰富多样，包括传统的招贴广告、墙体广告、路牌广告、交通广告、灯箱广告等，也包括新兴的电子、液晶显示屏广告等。

户外广告作为广告的一种形式，本身就应当注重与受众之间进行信息的沟通。经济的发展以及交通的便利使得如今的社会结构越来越动态化，越来越多的人把更多的时间花费在城市道路上，如上下班、旅游、购物、户外运动等。户外媒体是以这些流动的消费者为受众，而传统的媒体却无法有效触及这些受众，但户外广告恰好填补了这个空隙。

2020年，整个广告行业呈现下跌趋势，户外广告由于依赖于线下的场景生态，更是受到了灾难性的打击，大大小小的户外广告公司都面临着严峻的考验。同时，疫情也推动着行业朝着数字化转型的方向发展，一场转型升级大战在行业内展开。2019年6月6日，工信部正式向中国电信、中国移动、中国联通、中国广电发放5G商用牌照，中国正式进入5G商用元年，也加速了户外媒体转型升级的进程，传统的户外媒体也朝着数字化的方向发展。

目前，国内的头部媒体公司，比如分众传媒，早已经完成了数字化转型。据悉，自2020年9月起，分众智能屏逐步向授权代理商开放DSP系统，品牌可在线精准选择楼宇与时间，实现在线投放和监测，生活服务类品牌则可投放LBS屏幕广告。相对于纯线上媒体而言，分众具备将线上用户引入线下、将线下用户引入线上的O2O闭环能力。

从品效合一的角度来看，大多数品牌主的投放都要有迹可循，他们对用户、场景与行为的洞察将全面转向数据驱动，因此传统的户外媒体在当下的营销环境中劣势凸显。数字化的户外媒体在结合5G技术后，可以向广告主及时提供更加精准的报表和广告效果呈现，包括播放次数，观看次数，互动次数，手机互动次数等等。除此之外，5G的赋能让数字户外扩展性更强，不仅体现在内容本身，就广告受众而言，更是可以通过数据分析，人脸识别进行精准推广。从大众的角度来看，数字化的户外媒体更具有吸睛能力。例如，传统的LED大屏只能实现循环播放，并不能给受众带来新的体验感。而搭上5G快车的户外数字屏，与受众的手机产生互动，从而加深品牌和大众的情感黏性，也更容易记住品牌。

相信5G技术的加持，户外媒体数字化将成为可能，全场景下的数据获取与洞察也将成为现实。线下媒体不一定会死，但是你不具备数字化的能力一定会被淘汰。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息咨询有限公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家工商总局、国家商务部、国家发改委、国务院发展研究中心、国际广告协会、中国广告协会、中国广告主协会、51行业报告网、全国及海外多种相关报刊杂志以及专业研究机构公布和提供的大量资料，对中国户外广告及各子行业的发展状况、上下游行业发展状况、市场供需形势、发展趋势、新产品与技术等进行了分析，并重点分析了中国户外广告行业发展状况和特点，以及中国户外广告行业将面临的挑战、企业的发展策略等。报告还对全球的户外广告行业发展态势作了详细分析，并对户外广告行业进

行了趋向研判，是户外广告制作、运营企业、科研、投资机构等单位准确了解目前户外广告业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品。

报告目录

第一部分 产业环境透视

【国际户外广告市场增长怎样?主要国家地区发展如何?有哪些经验可以借鉴?】

第一章 户外广告概述

第一节 户外广告概念

一、户外广告定义

二、户外广告分类

三、户外广告特征

1、形态特征

2、传播特征

四、户外广告的作用概述

第二节 户外广告与城市的关系

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

第三节 户外广告设计在城市环境中的应用探析

一、户外广告设计概述

1、整体构图

2、颜色划分

3、视觉效果

4、形式创新

5、区域性特征

二、户外广告设计在城市环境中的作用

三、户外广告设计在城市环境中应用的方向

四、户外广告设计在城市环境中的设计应用需求

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、全球户外广告发展历程

二、全球户外广告监管情况

三、全球户外广告市场现状

四、中外户外广告比较分析

第二节 全球主要国家(地区)市场分析

一、欧洲

- 1、欧洲户外广告行业发展概况
- 2、欧洲户外广告市场分析
- 3、2024-2029年欧洲户外广告行业发展前景预测

二、美国

- 1、美国户外广告行业发展概况
- 2、美国户外广告市场分析
- 3、2024-2029年美国户外广告行业发展前景预测

三、日本

- 1、日本户外广告行业发展概况
- 2、日本户外广告市场分析
- 3、2024-2029年日本户外广告行业发展前景预测

四、新加坡

- 1、新加坡户外广告行业发展概况
- 2、新加坡户外广告市场分析
- 3、2024-2029年新加坡户外广告行业发展前景预测

第三节 户外广告的国外经验及本土实施

第二部分 行业深度分析

【户外广告行业整体运行情况怎样?户外广告市场供需形势怎样?户外广告的受众及投放策略如何?】

第四章 中国户外广告行业运行现状分析

第一节 中国户外广告行业发展状况分析

- 一、中国户外广告行业发展阶段
- 二、中国户外广告行业发展概况
- 三、中国户外广告行业发展特点
- 四、中国户外广告行业市场规模

第二节 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
- 三、广告主投放户外广告分析
- 四、户外广告投放前20品牌分析
- 五、不同类型户外广告投放分析
- 六、不同级别城户外广告投放分析
- 七、商务楼宇广告投放分析
- 八、公交移动广告投放分析

第三节 中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、2024-2029年户外广告产品价格走势预测

第五章 中国户外广告市场供需形势分析

第一节 中国户外广告市场供给分析

- 一、户外广告经营单位
 - 1、户外广告经营单位数量
 - 2、户外广告不同所有制经营单位结构
- 二、户外广告数
 - 1、户外广告数整体情况
 - 2、不同所有制经营单位户外广告数结构

第二节 中国户外广告市场需求分析

- 一、户外广告投放额
- 二、户外广告经营额

第三节 户外广告商品(服务)类别分析

一、药品行业户外广告分析

二、医疗器械行业户外广告分析

三、医疗服务行业户外广告分析

四、农资行业户外广告分析

五、农药行业户外广告分析

六、兽药行业户外广告分析

七、食品行业户外广告分析

八、保健食品行业户外广告分析

九、酒类行业户外广告分析

十、化妆品行业户外广告分析

十一、烟草行业户外广告分析

十二、房地产行业户外广告分析

十三、家用电器行业户外广告分析

十四、信息产品行业户外广告分析

十五、服装·服饰行业户外广告分析

十六、汽车行业户外广告分析

十七、金融保险行业户外广告分析

十八、生活美容·美体·休闲服务行业户外广告分析

十九、信息服务行业户外广告分析

二十、加工承揽及经营合作户外广告分析

二十一、商场销售行业户外广告分析

二十二、教育行业户外广告分析

二十三、旅游行业户外广告分析

二十四、招工招聘及其他劳务行业户外广告分析

二十五、出入境中介户外广告分析

二十六、其他行业户外广告分析

第六章 户外广告主及受众分析

第一节 中国户外广告主分析

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

三、户外广告受众心理需求分析

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、户外广告内容影响分析

四、户外广告媒体类型影响分析

五、户外广告投放时机影响分析

第四节 户外广告设计及投放策略

一、户外广告设计分析

二、户外广告投放策略

1、户外广告投放时间选择

2、户外广告投放地段选择

3、户外广告投放媒体类型选择

第三部分 市场全景调研

【户外电子屏广告、公交车身广告hellip;hellip;各细分市场情况如何?各细分市场规模及竞争格局怎样?】

第七章 中国户外广告细分市场分析及预测

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、户外电子屏广告市场整体规模

2、户外电子屏广告市场竞争格局

3、户外电子屏广告主规模

4、户外电子屏广告各细分市场规模

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、2024-2029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

3、户外电子屏广告市场规模预测

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、公交车身广告市场规模
- 2、公交车身广告市场竞争情况
- 3、公交车身广告区域市场情况

三、公交车身广告投放情况分析

- 1、公交车身广告投放行业分析
- 2、公交车身广告投放品牌分析

四、公交车身广告投放效果分析

- 1、公交车身广告投放效果影响因素
- 2、公交车身广告投放效果评测分析
- 3、公交车身广告投放效果预测

五、2024-2029年公交车身广告发展趋势

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

- 1、电梯平面广告基本尺寸
- 2、电梯平面广告基本形式
- 3、电梯平面广告画面制造
- 4、电梯平面广告目标受众

二、电梯平面广告市场现状分析

- 1、电梯平面广告市场发展状况

2、电梯平面广告区域市场情况

三、电梯平面广告投放情况分析

1、电梯平面广告投放覆盖面分析

2、电梯平面广告投放行业分析

3、电梯平面广告投放品牌分析

四、电梯平面广告投放效果分析

1、电梯平面广告到达率评估

2、目标受众的评价

3、电梯平面广告的效果体现

五、2024-2029年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、射灯广告市场分析预测

1、射灯广告市场发展现状

2、射灯广告市场发展趋势

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

第四部分 竞争格局分析

【户外广告市场竞争程度怎样?集中度有什么变化?品牌企业占有率有什么变化?并购重组有什么趋势?】

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

第九章 2024-2029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、户外广告行业集中度分析

三、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、国内外户外广告竞争分析

二、中国户外广告市场竞争分析

三、中国户外广告行业竞争力分析

四、中国户外广告产品竞争力优势分析

五、国内主要户外广告企业动向

第三节 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

第四节 2024-2029年户外广告市场竞争策略分析

第十章 2024-2029年户外广告行业领先企业经营形势分析

第一节 分众传媒信息技术股份有限公司

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、企业最新发展动态

八、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

六、企业竞争力分析

七、企业最新发展动态

八、企业发展战略分析

第五节 德高广告(上海)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、企业核心价值分析
- 七、企业最新发展动态
- 八、企业发展战略分析

第六节 南京永达户外传媒有限公司

- 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、企业区域布局情况
- 七、企业最新发展动态
- 八、企业发展战略分析

第七节 上海雅仕维广告有限公司

- 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、企业媒体网络分析

七、企业最新发展动态

八、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

五、企业经营情况分析

六、企业核心资源分析

七、企业最新发展动态

八、企业发展战略分析

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、企业最新发展动态

八、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、企业户外媒体资源

四、企业服务区域分析

五、企业经营收入分析

六、企业偿债能力分析

七、企业经营效率分析

八、企业获利能力分析

九、企业发展能力分析

十、企业投资收益分析

十一、企业竞争力分析

十二、企业发展战略分析

第十一节 大贺传媒股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业户外媒体资源

四、企业服务区域分析

五、企业资产负债分析

六、企业经营利润分析

七、企业所有者权益变动

八、企业现金流量分析

九、企业竞争力分析

十、企业发展战略分析

第十三节 tom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、企业资产负债分析
- 六、企业经营利润分析
- 七、企业所有者权益变动
- 八、企业现金流量分析
- 九、企业竞争力分析
- 十、企业发展战略分析

第十四节 上海新兴媒体信息传播有限公司

- 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、企业信息化服务分析
- 七、企业最新发展动态
- 八、企业发展战略分析

第十五节 北京巴士传媒股份有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业产品服务分析
- 三、企业户外媒体资源
- 四、企业服务区域分析
- 五、企业经营收入分析
- 六、企业偿债能力分析
- 七、企业经营效率分析

八、企业获利能力分析

九、企业发展能力分析

十、企业投资收益分析

十一、企业竞争力分析

十二、企业发展战略分析

第十六节 郁金香广告传播(上海)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、企业媒体网络分析

七、企业最新发展动态

八、企业发展战略分析

第十七节 西部机场集团广告传媒(西安)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、企业最新发展动态

八、企业发展战略分析

第十八节 成都经典视线广告传媒有限公司

- 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、企业最新发展动态
- 八、企业发展战略分析

第十九节 北京新华兆讯文化传媒有限公司

- 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、企业媒体网络分析
- 七、企业最新发展动态
- 八、企业发展战略分析

第二十节 上海香榭丽广告传媒有限公司

- 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

第二十一节 深圳报业集团地铁传媒有限公司

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、企业专业服务分析

七、企业最新发展动态

八、企业发展战略分析

第二十二节 华君广告传媒股份有限公司

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、企业主要客户情况

七、企业最新发展动态

八、企业发展战略分析

第二十三节 北京首都机场广告有限公司

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、企业最新发展动态

八、企业发展战略分析

第二十四节 深圳市高速广告有限公司

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、企业最新发展动态

八、企业发展战略分析

第二十五节 北京世通华纳广告传媒有限公司

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、企业关联服务分析

七、企业最新发展动态

八、企业发展战略分析

第二十六节 上海东方明珠移动电视有限公司

- 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、企业最新发展动态
- 八、企业发展战略分析

第二十七节 凤凰都市传媒科技股份有限公司

- 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、企业技术优势分析
- 七、企业最新发展动态
- 八、企业发展战略分析

第二十八节 上海彩橙广告有限公司

- 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、企业核心竞争力

七、企业最新发展动态

八、企业发展战略分析

第二十九节 锦州星海传媒广告有限公司

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、企业最新发展动态

八、企业发展战略分析

第三十节 大连国域无疆传媒集团股份有限公司

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、企业一站式服务分析

七、企业最新发展动态

八、企业发展战略分析

第五部分 发展前景展望

【未来户外广告行业发展前景怎样?有些什么样的变化趋势?投资机会在哪里?】

第十一章 2024-2029年户外广告行业前景及趋势

第一节 2024-2029年户外广告行业发展的影响因素

一、有利因素

二、不利因素

第二节 2024-2029年中国户外广告行业供需预测

一、2024-2029年中国户外广告行业供给预测

二、2024-2029年中国户外广告行业需求预测

三、2024-2029年中国户外广告行业供需平衡预测

第三节 2024-2029年户外广告市场发展前景

一、2024-2029年户外广告市场发展潜力

二、2024-2029年户外广告市场发展前景展望

三、2024-2029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

第四节 2024-2029年户外广告市场发展趋势预测

一、2024-2029年户外广告行业发展趋势

二、2024-2029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、2024-2029年细分市场发展趋势预测

第十二章 2024-2029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 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

四、行业投资现状分析

第三节 2024-2029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

第四节 2024-2029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、关联产业风险及防范

六、产品结构风险及防范

七、其他风险及防范

第五节 中国户外广告行业投资建议

一、户外广告行业主要投资建议

二、中国户外广告企业融资分析

第六部分 发展战略研究

【户外广告行业存在哪些问题?有哪些解决对策?有哪些成功的经验可以借鉴?未来的发展战略怎样制定?】

第十三章 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、中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、中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

二、户外广告公司差异化战略的制定

三、户外广告公司差异化战略的实施

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

1、户外广告公司上市情况统计

2、户外广告公司上市地点比较

3、户外广告公司上市方式

二、户外广告上市公司发展问题

三、户外广告公司上市后发展策略分析

第四节 户外广告行业投资战略研究

一、2024-2029年户外广告行业投资战略

二、2024-2029年细分行业投资战略

第五节 互联网环境下户外广告传媒创意策略

一、将媒体发布环境融入户外广告传媒创意

二、基于满足受众互动体验感的户外广告传媒创意

三、通过创造性的媒体选用而实现的户外广告传媒创意

四、通过媒体整合而产生的户外广告传媒创意

第十四章 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mdash;华视传媒

3、综合资源依托型商业模式案例mdash;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mdash;航美传媒

3、机场依托型商业模式案例mdash;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mdash;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mdash;白马户外

3、公交依托型商业模式案例mdash;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mdash;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mdash;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mdash;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mdash;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mdash;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mdash;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mdash;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、受众对户外广告的联系频度分析
- 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

二、户外广告行业核心资源创新

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

1、广告时段的销售占据主导地位

2、广告策划、设计、制作与代理

二、户外广告行业盈利模式创新

1、户外广告发布数据的开发收入

2、户外广告咨询等增值服务收入

3、移动购物平台的应用收入

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mdash;华视传媒

2、广告业主案例mdash;触动传媒

3、网络媒体案例mdash;大贺传媒与新浪网

4、影视传媒机构案例mdash;航美传媒

二、户外广告行业合作伙伴创新策略

第十五章 研究结论及建议

第一节 户外广告行业研究结论

第二节 户外广告行业研究建议

图表目录

图表：户外广告行业生命周期

图表：户外广告行业产业链结构

图表：2019-2023年全球户外广告行业市场规模

图表：2019-2023年中国户外广告行业市场规模

图表：2019-2023年户外广告经营单位

图表：2019-2023年户外广告数

图表：2019-2023年户外广告投放额

图表：2019-2023年户外广告经营额

图表：2019-2023年户外电子屏广告收入市场份额

图表：2019-2023年户外电子屏广告市场广告主规模

图表：2019-2023年户外电子屏广告细分市场规模

图表：2019-2023年公交地铁电子屏广告市场规模

图表：2019-2023年公交地铁电子屏广告市场份额分布

图表：2019-2023年商业楼宇电子屏广告市场规模

图表：2019-2023年商业楼宇电子屏广告市场份额分布

图表：2019-2023年航空电子屏广告市场规模

图表：2019-2023年航空电子屏广告市场份额分布

图表：2019-2023年led大屏幕广告市场规模

图表：2019-2023年超大led电子屏广告市场份额分布

图表：年公交车身广告市场规模

图表：2019-2023年电梯平面广告市场规模

图表：2019-2023年射灯广告市场规模

图表：2019-2023年候车亭广告市场规模

图表：2019-2023年单立柱广告市场规模

图表：2019-2023年霓虹灯广告市场规模

图表：2019-2023年路牌广告市场规模

图表：2019-2023年机场户外广告市场规模

图表：2024-2029年全球广告投放额预测

图表：2024-2029年全球广告经营额预测

图表：2024-2029年中国广告投放额预测

图表：2024-2029年中国广告经营额预测

图表：2024-2029年户外电子屏广告市场规模预测

图表：2024-2029年公交地铁电子屏广告市场规模预测

图表：2024-2029年商业楼宇电子屏广告市场规模预测

图表：2024-2029年公交车身广告市场规模预测

图表：2024-2029年电梯平面广告市场规模预测

图表：2024-2029年射灯广告市场规模预测

图表：2024-2029年候车亭广告市场规模预测

图表：2024-2029年单立柱广告市场规模预测

图表：2024-2029年霓虹灯广告市场规模预测

图表：2024-2029年路牌广告市场规模预测

图表：2024-2029年机场户外广告市场规模预测

图表：2024-2029年高速公路广告市场规模预测

图表：2024-2029年地铁广告市场规模预测

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/chubanchuanmei/200909241326.shtml>

在线订购 : [点击这里](#)