

# 2023-2029年中国户外电子 屏广告行业分析与战略咨询报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2023-2029年中国户外电子屏广告行业分析与战略咨询报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202304/353522.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

户外电子屏广告业务以数字化、电子化、网络化的商业终端为主要信息传输系统，以自身所在的细分户外区域内的主要人群为受众，以广告主为主要客户，为广告主营销自身的产品所进行服务活动。中企顾问网发布的《2023-2029年中国户外电子屏广告行业分析与战略咨询报告》共十四章。首先介绍了中国户外电子屏广告行业市场发展环境、户外电子屏广告整体运行态势等，接着分析了中国户外电子屏广告行业市场运行的现状，然后介绍了户外电子屏广告市场竞争格局。随后，报告对户外电子屏广告做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国户外电子屏广告行业发展趋势与投资预测。您若想对户外电子屏广告产业有个系统的了解或者想投资中国户外电子屏广告行业，本报告是您不可或缺的重要工具。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 行业发展现状第一章 户外电子屏广告行业发展综述第一节 户外电子屏广告市场定义一、定义二、服务模式三、分类第二节 户外电子屏广告的作用及规划原则一、户外电子屏广告的作用二、未来户外广告规划原则第三节 户外电子屏广告是户外广告和电视媒体的结合一、传统户外广告的视频化二、电视媒体的户外化三、户外广告和电视媒体结合第四节 户外电子屏广告专业术语介绍一、市场规模二、广告主客户三、电子屏数量四、千人成本五、广告环境及编辑环境六、到达率及收视率七、电视媒体八、其他术语第二章 户外电子屏广告市场媒体发展概述第一节 户外视频媒体广告市场媒体简介一、户外电子屏种类介绍二、户外电子屏媒体分类三、户外视频媒体与传统电视媒体的比较分析第二节 户外LED显示屏概述一、简介二、媒体三、注意事项四、户外LED显示屏与室内LED显示屏的区别第三节 户外LCD显示屏概述一、户外液晶显示屏与普通显示器的区别二、户外液晶广告机介绍三、户外LCD广告机与户外LED广告机的区别第四节 户外电子显示屏的市场思考一、户外广告新媒体的利用特点二、户外广告新媒体的创新价值三、户外电子显示屏媒体的市场新思考第五节 电子显示屏的市场供给分析一、液晶显示屏产量二、LED产量分析三、显示器产量四、彩色电视机产量第三章 户外电子屏广告行业市场环境及影响分析（PEST）第一节 行业政治法律环境（P）1、中华人民共和国广告法2、户外广告登记管理规定3、广播电视广告播出管理办法4、地方继续治理户外广告市场第二节 行业经济环境分析（E）一、经济发展总体分析二、广告行业发展分析第三节 行业社会环境分析（S）一、居民出行时间增多使户外媒体的接触时间和频次增多二、中产阶级将逐步成为社会阶层的主要部分三、二三线城市渐成广告主新宠四、居民抗议LED大屏幕光污染五、广告主会把销售渠道向更多小城市扩展第四节 行业技术环境分析（T）一、互动广告技术和模式的开发二、数字标牌技术改进丰富广

告展示手段第二部分 行业市场调研 第四章 2019-2022年我国户外电子屏广告行业运行现状分析第一节 户外电子屏广告发展现状一、国外发展现状二、国内发展现状第二节 户外电子屏广告规模分析一、户外电子屏广告市场规模二、户外电子屏广告竞争格局三、中国户外媒体市场规模四、中国户外电子屏广告各细分市场规模 第五章 2019-2022年我国户外电子屏广告行业细分市场调研第一节 公交地铁电子屏广告市场一、公交地铁电子屏广告市场规模二、公交地铁电子屏广告市场竞争格局三、公交地铁电子屏广告市场发展趋势第二节 商业楼宇电子屏广告市场一、商业楼宇电子屏广告市场规模二、商业楼宇电子屏广告市场竞争格局三、商业楼宇电子屏广告市场发展趋势第三节 航空终端电子屏广告市场一、航空终端电子屏广告市场规模二、航空终端电子屏广告市场竞争格局三、航空终端电子屏广告市场发展趋势第四节 超大LED电子屏广告市场一、超大LED电子屏广告市场规模二、超大LED电子屏广告市场竞争格局三、超大LED电子屏广告市场发展趋势 第六章 2019-2022年我国户外电子屏广告市场供需形势第一节 广告主营销趋势调查分析一、广告主信心仍在低位徘徊二、营销态度仍略显谨慎三、平面媒体面临被削减的危险四、户外新媒体的使用形式集中五、受众是广告主的决策首选六、越来越乐意尝试或使用更多元化的媒介第二节 公共交通及商业楼宇建设发展情况一、公交地铁发展情况二、机场生产统计情况1、通航城市和机场2、主要生产指标3、旅客吞吐量分布4、机场货邮吞吐量分布三、商业楼宇建设情况第三节 户外视频媒体的广告价值解析第三部分 竞争格局分析 第七章 2019-2022年户外电子屏广告行业竞争分析第一节 户外电子屏广告行业竞争结构分析一、现有企业间竞争二、潜在进入者分析三、替代品威胁分析四、供应商议价能力五、客户议价能力六、竞争结构特点总结第二节 户外电子屏广告企业核心竞争力分析一、资源获取能力二、技术创新能力三、创意策划能力第三节 户外电子屏广告企业提升竞争力策略一、加大投入人力资源的引进和开发二、实施完备的差异化战略组建方案三、做好基于SWOT分析的精准定位1、优势（Strengths）2、劣势（Weakness）3、机遇（Opportunity）4、威胁（Threats）5、基于SWOT分析的战略 第八章 户外电子屏广告行业领先企业分析第一节 分众传媒控股有限公司一、企业简介二、产品技术三、企业SWOT分析四、企业发展动态第二节 航美传媒集团一、企业简介二、产品技术三、企业SWOT分析四、企业发展动态第三节 华视传媒集团有限公司一、企业简介二、产品技术三、企业SWOT分析四、企业发展动态第四节 世通华纳传媒控股有限公司一、企业简介二、产品技术三、企业SWOT分析四、企业发展动态第五节 郁金香传媒有限公司一、企业简介二、产品技术三、企业SWOT分析四、企业发展动态第六节 CCTV移动传媒有限公司一、企业简介二、产品技术三、企业SWOT分析四、企业发展动态第七节 迪岸传媒集团一、企业简介二、产品技术三、企业SWOT分析四、企业发展动态第八节 兆讯传媒广告股份有限公司一、企业简介二、产品技术三、企业SWOT分析四、企业发展动态第九节 凤凰都市传媒有限公司一、企业简介二、产品技术三

、企业SWOT分析四、企业发展动态第十节 北京乾坤鼎程传媒广告有限公司一、企业简介二、产品技术三、企业SWOT分析四、企业发展动态第四部分 行业前景调研展望 第九章 2023-2029年户外电子屏广告行业前景及趋势第一节 广告产业发展“十四五”规划一、规划背景二、指导思想、基本原则和规划目标三、重点任务四、政策措施五、加强对规划实施的组织领导第二节 户外电子屏广告发展趋势一、中国户外广告大趋势预测二、LED电子屏广告的新趋势1、广告内容更新速度快2、发布信息简单方便3、广告形式多样4、节能环保三、户外电子屏广告投资预测1、价值链重构，演变融合2、技术升级整合，引导融合3、商业模式变化升级，促使融合4、横向融合与纵向融合5、完善广告监管体系第三节 户外电子屏广告规模预测一、2023-2029年户外电子屏广告市场规模预测二、2023-2029年户外电子屏广告细分市场预测第四节 户外电子屏广告前景展望一、户外电子屏广告的价值分析二、户外电子屏广告的发展之路三、户外电子屏广告的市场走向 第十章 2023-2029年户外电子屏广告行业投资价值评估分析第一节 2023-2029年户外电子屏广告行业发展的影响因素一、有利因素1、文化传媒行业步入黄金时期2、营销服务行业步入加速成长阶段3、互联网及移动互联网服务公司的广告大战4、巨头间的合作催生多赢局面5、广告主广告预算上升6、传统户外媒体继续整治一、不利因素1、个人便携数码娱乐终端对收视率的影响2、拥挤嘈杂环境中传播效果受影响3、通胀使运营成本继续提高4、厂商核心竞争力需要加强5、缺乏专业人才6、管制措施将对市场产生影响第二节 2023-2029年户外电子屏广告行业投资机会与风险一、LED技术革命对户外广告的影响二、户外视频广告在特大型城市魅力渐失第三节 2023-2029年户外电子屏广告行业投资收益分析 第十一章 2023-2029年户外电子屏广告行业面临的困境及对策第一节 户外广告发展存在的问题分析一、整体意识的缺乏二、信息的爆炸与污染三、新旧媒体的“战争”四、创意的“无为”五、商业意识的“枷锁”六、与城市环境的不协调第二节 户外广告与城市形象建设探析一、户外广告在城市形象建设中的地位和作用二、城市形象建设中户外广告的发展与利用原则三、城市形象建设利用户外广告存在的问题与对策四、总结第三节 户外电子屏广告发展对策分析一、差异化--精准定位的受众需求原则二、低成本--借用外力资源共享三、集中化--单一产品的价值链附加战略第四节 建议一、创新盈利商业模式二、推动整改产业链三、行业未来发展畅想第五部分 投资规划建设研究 第十二章 户外电子屏广告行业投资规划建设研究第一节 户外电子屏广告企业的营销策略一、品牌营销二、受众营销三、关系营销四、生态营销第二节 户外电子屏广告企业投资前景规划一、战略综合规划二、技术开发战略三、业务组合战略四、区域战略规划五、产业战略规划六、营销品牌战略七、竞争战略规划第三节 户外电子屏广告的四大蓝海战略一、剔除竞争攀比、四两拨回千斤二、减少受制因素、规避潜在风险三、增加差异服务、直击市场盲点四、创造客户价值、激发粉丝效应 第十三章 户外电子屏广告企业投融资及IPO上市策略指导第一节 户外电

子屏广告企业融资渠道与选择分析一、户外电子屏广告企业融资方法与渠道简析二、利用股权融资谋划企业发展机遇三、利用政府杠杆拓展企业融资渠道四、适度债权融资配置自身资本结构五、关注民间资本和外资的投资动向第二节 户外电子屏广告企业境内IPO上市目的及条件一、户外电子屏广告企业境内上市主要目的二、户外电子屏广告企业上市需满足的条件三、企业改制上市中的关键问题第三节 户外电子屏广告企业IPO上市的相关准备一、企业该不该上市二、企业应何时上市三、企业应何地上市四、企业上市前准备第四节 户外电子屏广告企业IPO上市的规划实施一、上市费用规划和团队组建二、尽职调查及问题解决方案三、改制重组需关注重点问题四、企业上市辅导及注意事项五、上市申报材料制作及要求六、网上路演推介及询价发行第五节 企业IPO上市审核工作流程一、企业IPO上市基本审核流程二、企业IPO上市具体审核环节三、与发行审核流程相关的事项 第十四章 研究结论及投资建议第一节 研究结论第二节 投资建议一、对户外电子屏广告运营商的建议二、对广告主的建议三、对广告代理公司的建议

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202304/353522.html>