

# 2024-2030年中国户外广告 行业前景展望与市场需求预测报告

## 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

《2024-2030年中国户外广告行业前景展望与市场需求预测报告》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/202406/462803.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

中企顾问网发布的《2024-2030年中国户外广告行业前景展望与市场需求预测报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局市场服务行业的重要决策参考依据。

户外广告已有几十年的发展历史，至今已发展成为媒体类型丰富、表现形式多样、发展速度较快的广告模式。尤其是近年来，随着电视、报纸的广告资源越来越被充分开发，户外广告因其发展质量和数量引起了各方重视。

本报告利用资讯长期对户外广告行业市场跟踪搜集的一手市场数据，全面而准确的为您从行业的整体高度来架构分析体系。报告主要分析了户外广告行业种群及发展环境；中国户外广告行业发展历程；户外广告行业的市场特征；户外广告行业的竞争格局、竞争趋势；户外广告受众及投放效果；户外电子屏广告、公交车身广告、电梯平面广告、射灯广告、候车亭广告、单立柱广告、霓虹灯广告市场现状及趋势；一、二、三线城市户外广告区域市场状况；户外广告市场的领先企业经营情况；户外广告行业投资与前景预测；同时，佐之以全行业近5年来全面详实的一手连续性市场数据，让您全面、准确地把握整个户外广告行业的市场走向和发展趋势。

报告目录：

### 第1章：户外广告行业发展综述

#### 1.1 户外广告行业概述

##### 1.1.1 户外广告的定义

##### 1.1.2 户外广告的分类

##### 1.1.3 户外广告的特征

##### 1.1.4 户外广告行业的作用

#### 1.2 户外广告行业种群分析

##### 1.2.1 媒介生态种群概述

##### 1.2.2 户外广告行业种群结构分析

##### 1.2.3 户外广告行业种群矛盾分析

#### 1.3 户外广告行业发展环境分析

##### 1.3.1 户外广告行业政策环境分析

1.3.2 户外广告行业经济环境分析

1.3.3 户外广告行业社会环境分析

1.3.4 户外广告行业技术环境分析

## 第2章：户外广告行业发展现状分析

2.1 国际户外广告行业发展分析

2.1.1 国际户外广告行业发展历程

2.1.2 国际户外广告行业整体状况

2.1.3 美国户外广告行业发展分析

2.1.4 欧洲户外广告行业发展分析

2.1.5 亚洲国家户外广告行业发展分析

2.2 中国户外广告行业发展历程分析

2.2.1 中国户外广告行业发展历程

2.2.2 中国户外广告行业发展特点

2.3 中国户外广告行业市场发展分析

2.3.1 户外广告行业市场规模

2.3.2 户外广告投放行业分析

2.3.3 户外广告投放品牌分析

2.3.4 户外媒体价格变化分析

2.3.5 户外广告行业利润分析

2.4 中国户外广告行业竞争状况分析

2.4.1 户外广告行业竞争现状分析

2.4.2 户外广告行业竞争格局分析

2.4.3 户外广告行业潜在威胁分析

2.5 中国户外广告行业发展机会与威胁

2.5.1 户外广告行业发展的威胁

2.5.2 户外广告行业发展的机会

## 第3章：户外广告行业受众及投放效果分析

3.1 户外广告行业受众分析

3.1.1 户外广告受众生活形态分析

3.1.2 户外广告受众广告接触习惯

- 3.1.3 户外广告受众认知心理分析
- 3.1.4 户外广告受众心理需求分析
- 3.2 户外广告投放效果分析
  - 3.2.1 户外广告环境对投放效果影响分析
  - 3.2.2 户外广告创意对投放效果影响分析
  - 3.2.3 户外广告投放时机对效果影响分析
  - 3.2.4 户外广告媒体类型对效果影响分析
- 3.3 户外广告设计及投放建议
  - 3.3.1 户外广告设计策略分析
  - 3.3.2 户外广告投放建议

#### 第4章：户外广告行业主要细分市场分析

- 4.1 户外电子屏广告市场分析
  - 4.1.1 户外电子屏广告市场定义及分类
  - 4.1.2 户外电子屏广告市场现状分析
  - 4.1.3 户外电子屏广告细分领域分析
  - 4.1.4 户外电子屏广告市场发展趋势
- 4.2 公交车身广告市场分析
  - 4.2.1 公交车身广告定义及特点
  - 4.2.2 公交车身广告市场现状分析
  - 4.2.3 公交车身广告投放情况分析
  - 4.2.4 公交车身广告投放效果分析
- 4.3 电梯平面广告市场分析
  - 4.3.1 电梯平面广告基本情况
  - 4.3.2 电梯平面广告市场现状分析
  - 4.3.3 电梯平面广告投放情况分析
  - 4.3.4 电梯平面广告投放效果分析
  - 4.3.5 京东商城电梯平面广告投放效果分析
- 4.4 户外广告其他细分市场分析
  - 4.4.1 射灯广告市场分析
  - 4.4.2 候车亭广告市场分析
  - 4.4.3 单立柱广告市场分析

#### 4.4.4 霓虹灯广告市场分析

### 第5章：户外广告行业区域市场分析

#### 5.1 户外广告行业市场区域发展概况

#### 5.2 一线城市户外广告行业市场分析

##### 5.2.1 一线城市户外广告行业市场发展概况

##### 5.2.2 北京市户外广告行业市场发展分析

##### 5.2.3 上海市户外广告行业市场发展分析

##### 5.2.4 广州市户外广告行业市场发展分析

##### 5.2.5 深圳市户外广告行业市场发展分析

#### 5.3 新一线城市户外广告行业市场分析

##### 5.3.1 新一线城市户外广告行业市场发展概况

##### 5.3.2 武汉市户外广告行业市场发展分析

##### 5.3.3 南京市户外广告行业市场发展分析

##### 5.3.4 杭州市户外广告行业市场发展分析

##### 5.3.5 成都市户外广告行业市场发展分析

##### 5.3.6 长沙市户外广告行业市场发展分析

### 第6章：户外广告行业重点企业经营分析

#### 6.1 户外广告行业企业总体发展状况

#### 6.2 户外广告行业重点企业经营分析

##### 6.2.1 分众传媒信息技术股份有限公司经营情况分析

##### 6.2.2 航美传媒集团有限公司经营情况分析

##### 6.2.3 海南白马广告媒体投资有限公司经营情况分析

##### 6.2.4 德高中国集团经营情况分析

##### 6.2.5 北京首都机场广告有限公司经营情况分析

##### 6.2.6 号百信息服务有限公司经营情况分析

##### 6.2.7 雅仕维传媒集团经营情况分析

##### 6.2.8 北京沃捷文化传媒股份有限公司经营情况分析

##### 6.2.9 北京巴士传媒股份有限公司经营情况分析

##### 6.2.10 高铁传媒广告有限公司经营情况分析

## 第7章：户外广告行业投资分析与前景预测

### 7.1 户外广告行业投资分析

#### 7.1.1 户外广告行业投资特性分析

(1) 户外广告行业进入壁垒分析

(2) 户外广告行业经营模式分析

#### 7.1.2 户外广告行业投资现状分析

#### 7.1.3 户外广告行业投资风险分析

(1) 户外广告行业政策风险

(2) 户外广告行业技术风险

(3) 户外广告行业资源风险

(4) 户外广告行业其他风险

### 7.2 户外广告行业前景预测

#### 7.2.1 户外广告行业发展趋势分析

#### 7.2.2 户外广告行业发展前景预测

### 7.3 户外广告行业投资建议

#### 7.3.1 户外广告行业投资价值

#### 7.3.2 户外广告行业可投资方向

#### 7.3.3 户外广告行业投资方式建议

## 图表目录

图表1：户外广告按表现性质分类

图表2：户外广告按表现形式分类

图表3：户外广告按动态性分类

图表4：户外广告按购买方式分类

图表5：户外广告与城市建设的关系

图表6：户外广告与城市文化形象的关系

图表7：户外广告与城市经济发展的关系

图表8：媒介生态种群特征分析

图表9：户外广告产业链示意图

图表10：我国户外广告行业中的主要种群

图表11：两个物种种群的相互作用类型

图表12：户外广告细分种群间的关系

图表13：广告主种群与广告媒介种群矛盾

图表14：广告主种群与广告媒介种群矛盾的解决方案

图表15：我国户外广告公司种群内部矛盾

图表16：广告公司种群与资本种群间矛盾的解决方案

图表17：户外广告行业相关法规政策

图表18：户外广告行业相关标准

图表19：2014-2021年中国GDP增长走势图（单位：亿元，%）

图表20：2013-2021年中国社会消费品零售总额变化趋势图（单位：亿元，%）

图表21：2012-2021年中国工业增加值及增长率走势图（单位：亿元，%）

图表22：2014-2021年全国固定资产投资（不含农户）增长速度（单位：万亿元，%）

图表23：2021年中国主要经济指标增长及预测（单位：%）

图表24：2010-2021年中国城镇居民和农村居民人均可支配收入情况（单位：元，%）

图表25：2013-2021年户外广告相关专利申请数量变化图（单位：件）

图表26：2013-2021年户外广告相关专利公开数量变化图（单位：件）

图表27：截至2021年户外广告相关专利申请人构成表（单位：件）

图表28：截至2021年户外广告相关专利技术构成表（单位：件）

图表29：2017-2021年全球各大广告传播途径增长空间对比（单位：百万美元）

图表30：美国户外广告行业管理规范

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202406/462803.html>