

# 2021-2027年中国二、三线 城市户外广告行业发展态势与市场调查预测报告

## 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

《2021-2027年中国二、三线城市户外广告行业发展态势与市场调查预测报告》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/202101/200348.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《2021-2027年中国二、三线城市户外广告行业发展态势与市场调查预测报告》共六章。首先介绍了二、三线城市户外广告行业市场发展环境、二、三线城市户外广告整体运行态势等，接着分析了二、三线城市户外广告行业市场运行的现状，然后介绍了二、三线城市户外广告市场竞争格局。随后，报告对二、三线城市户外广告做了重点企业经营状况分析，最后分析了二、三线城市户外广告行业发展趋势与投资预测。您若想对二、三线城市户外广告产业有个系统的了解或者想投资二、三线城市户外广告行业，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.1章户外广告行业发展综述

#### 第一节户外广告行业概述

##### 一、户外广告的定义

##### 二、户外广告的分类

###### 1、按媒体所处位置分类

###### 2、按广告表现性质分类

###### 3、按表现形式不同分类

###### 4、其他形式的分类

##### 三、户外广告的特征

###### 1、形态特征

###### 2、传播特征

##### 四、户外广告发布流程

###### 1、申请户外广告具备的条件

###### 2、申请发布户外广告的程序

##### 五、户外广告行业的地位及作用

###### 1、与城市建设的关系

###### 2、与城市文化形象的关系

### 3、与城市经济发展的关系

## 第二节户外广告行业种群分析

### 一、媒介生态种群概述

#### 1、媒介生态种群定义

#### 2、媒介生态种群特征

### 二、户外广告行业种群结构分析

#### 1、户外广告行业的主要种群

#### 2、户外广告行业的种群间关系

### 三、户外广告行业种群矛盾分析

#### 1、广告主种群与广告媒介种群矛盾

#### 2、广告公司种群内部矛盾

#### 3、广告公司种群与资本种群间矛盾

## 第三节户外广告行业发展环境分析

### 一、行业管理规范

#### 1、行业监管部门

#### 2、行业法规政策

#### 3、行业相关标准

### 二、经济环境分析

#### 1、国际宏观经济环境分析

##### (1) 国际宏观经济现状

##### (2) 国际宏观经济预测

#### 2、国内宏观经济环境分析

##### (1) 国内宏观经济现状

##### (2) 国内宏观经济预测

#### 3、宏观环境对本行业影响

### 三、社会环境分析

#### 1、文化环境分析

#### 2、消费情况分析

#### 3、城市环境分析

## 第四节报告研究单位与研究方法

### 一、研究单位介绍

### 二、研究方法概述

## 第2章中国户外广告行业发展分析

### 第一节中国户外广告行业发展历程分析

#### 一、中国户外广告行业发展历程

- 1、恢复发展期
- 2、改革发展期
- 3、膨胀发展期
- 4、平稳发展期
- 5、迅速发展期

#### 二、中国户外广告行业发展现状

- 1、行业集中度明显增加
- 2、广告策划达到专业水准
- 3、户外广告更加重视创意
- 4、广告媒体资源争夺激烈

### 第二节中国户外广告行业市场分析

#### 一、户外广告行业市场规模分析

#### 二、户外广告投放品牌分析

#### 三、户外广告投放行业分析

#### 四、户外媒体价格变化分析

#### 五、户外广告行业利润分析

### 第三节中国户外广告行业竞争分析

#### 一、户外广告行业竞争状况分析

- 1、户外广告行业竞争现状分析
- 2、户外广告行业竞争格局分析
- 3、户外广告行业潜在威胁分析

#### 二、户外广告行业投资兼并与重组分析

- 1、户外广告行业投资兼并与重组整合概况
- 2、外资户外广告企业投资兼并与重组整合分析
- 3、国内户外广告企业投资兼并与重组整合分析

### 第四节中国户外广告行业发展挑战与机遇

#### 一、户外广告行业发展的挑战

#### 二、户外广告行业发展的机遇

## 第3章二、三线城市户外广告行业区域市场分析

### 第一节户外广告行业市场区域发展概况

### 第二节二、三线城市户外广告行业市场分析

#### 一、二、三线城市户外广告行业市场发展概况

#### 二、武汉市户外广告行业市场发展分析

##### 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、南京市户外广告行业市场发展分析

##### 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、杭州市户外广告行业市场发展分析

##### 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、成都市户外广告行业市场发展分析

##### 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

#### 六、长沙市户外广告行业市场发展分析

##### 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

#### 七、重庆市户外广告行业市场发展分析

##### 1、重庆市户外广告行业管理规范

- 2、重庆市户外广告行业市场现状
- 3、重庆市户外广告媒体资源分析
- 4、重庆市户外广告行业整治情况

## 第4章二、三线城市户外广告行业领先企业经营分析

### 第一节户外广告行业企业总体发展状况

### 第二节二、三线城市户外广告行业领先企业经营分析

#### 一、西部机场集团广告传媒（西安）有限公司经营情况分析

- （1）企业发展简况分析
- （2）企业经营情况分析
- （3）企业经营优劣势分析

#### 二、四川博瑞眼界户外传媒有限公司经营情况分析

- （1）企业发展简况分析
- （2）企业经营情况分析
- （3）企业经营优劣势分析

#### 三、成都经典视线广告传媒有限公司经营情况分析

- （1）企业发展简况分析
- （2）企业经营情况分析
- （3）企业经营优劣势分析

#### 四、海南白马广告媒体投资有限公司经营情况分析

- （1）企业发展简况分析
- （2）企业经营情况分析
- （3）企业经营优劣势分析

#### 五、巴士在线传媒有限公司经营情况分析

- （1）企业发展简况分析
- （2）企业经营情况分析
- （3）企业经营优劣势分析

#### 六、安康集团经营情况分析

- （1）企业发展简况分析
- （2）企业经营情况分析
- （3）企业经营优劣势分析

#### 七、国域无疆传媒集团有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

## 八、湖南国邮传媒有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

## 第5章2021-2027年中国户外广告发展趋势分析

### 第一节2021-2027年中国户外广告产业前景展望 ( )

- 一、2019年中国户外广告发展形势分析
- 二、发展户外广告产业的机遇及趋势
- 三、未来10年中国户外广告产业发展规划
- 四、2021-2027年中国户外广告产量预测

### 第二节2021-2027年户外广告产业发展趋势探讨

- 一、2021-2027年户外广告产业前景展望
- 二、2021-2027年户外广告产业发展目标

## 第6章观点与研究结论 ( )

### 第二节报告主要研究结论

### 第二节行业建议

### 部分图表目录：

图表1：我国户外广告行业中的主要种群

图表2：两个物种种群的相互作用类型

图表3：2019年美国制造业PMI分项指数概览（单位：%）

图表4：2013-2019年美国就业指数走势（单位：%）

图表5：2013-2019年欧元区PMI走势（单位：%）

图表6：2013-2019年欧元区核心国家PMI走势（单位：%）

图表7：2021-2027年欧元区基准利率走势（单位：%）

图表8：2013-2019年中国国内生产总值同比增长速度（单位：亿元，%）

图表9：2013-2019年中国全部工业增加值及其增速（单位：亿元，%）

图表10：2013-2019年全社会固定资产投资及其增速（单位：亿元，%）

图表11：2013-2019年中国制造业PMI走势图（单位：%）

图表12：2013-2019年中国非制造业商务活动指数走势图（单位：%）

图表13：2013-2019年中国城镇居民人均可支配收入（单位：元）

图表14：2013-2019年农村居民人均纯收入（单位：元）

图表15：2013-2019年社会消费品零售总额及增速（单位：万亿元，%）

图表16：2013-2019年我国户外广告投放额（单位：亿元）

图表17：户外广告投放额前二十的企业（单位：百万元，%）

图表18：户外广告各行业投放情况（单位：亿元）

图表19：各类型广告公司盈利能力

更多图表见正文&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202101/200348.html>