

2022-2028年中国户外广告 行业分析与发展前景报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2022-2028年中国户外广告行业分析与发展前景报告》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/202201/261804.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

户外广告（outdoor advertising），泛指基于广告或宣传目的，而设置的户外广告物，常出现在交通流量较高的地区。

2014年我国户外广告行业市场规模约1001亿元，到2018年增长到了1558亿元。近几年我国户外广告行业市场规模情况如下图所示:2014-2018年中国户外广告行业市场规模情况资料来源：中企顾问网整理

户外广告行业进入门槛较低，参与市场竞争的公司众多，大多公司规模较小，资本实力不强。市场上主要的广告客户资源和媒体资源掌握在一些大公司手中，户外广告市场主要有德高集团、分众传媒、白马广告等大型公司，市场份额越来越高。

2018年国内品牌投放户外广告花费约为1,198亿元，同比增长19%，占户外总花费77%，与2017年持平；国际品牌户外广告花费达231亿元，同比增长23%占比15%，与2017年相比提升1%

。2018年中国户外广告投放金额排名

序号	品牌	投放金额占比：%
1	京东	2.80%
2	瓜子二手车	2.70%
3	天猫	2.50%
4	苏宁	1.60%
5	郎酒	1.40%
6	腾讯	1.30%
7	瑞幸咖啡	1.20%
8	蒙牛	1.10%
9	弹个车	1.10%
10	优信二手车	1.10%

资料来源：中企顾问网整理

本研究咨询报告由中企顾问网公司领衔撰写，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、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、知识产权局、中国产业信息网提供的最新行业运行数据为基础，验证于与我们建立联系的全国科研机构、行业协会组织的权威统计资料。

报告揭示了中国户外广告行业市场潜在需求与市场机会，报告对中国户外广告行业做了重点企业经营状况分析，并分析了中国户外广告行业发展前景预测。为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

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 户外广告所属行业发展现状分析

- 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

连续3年，网站/服务业/娱乐休闲位列户外广告TOP3金主行业榜单

连续3年，网站、服务业、娱乐休闲都位列户外广告TOP3金主榜单，但网站红利开始压缩，在户外广告的投放占比18年出现明显下滑；

对比17年同期，服务业、酒类、饮料、化妆品和家电行业投放占比处于增长态势；而网站、娱乐休闲、邮电通讯、房地产、交通和金融行业投放占比下滑。2015-2018年中国户外广告分行业投资占比情况资料来源：中企顾问网整理

- 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

分众与新浪、华视的合作，华视、航美与央视的合作，可以为广告主提供更多更有效的媒体组合。价值链进一步演变成价值网，户外电子屏媒体或将成为一个未来不可或缺的主流媒体。

2018年我国户外电子屏广告规模为160.3亿元，其中商业楼宇规模为63.83亿元，是我国最大的户外电子屏广告领域。近几年中国户外电子屏广告各细分市场规模如下图所示：2008-2018年我国户外电子屏细分市场规模统计图资料来源：中企顾问网整理

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 二三线城市户外广告行业市场分析

5.3.1二三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
- 5.3.7重庆市户外广告行业市场发展分析

第6章 户外广告行业领先企业经营分析（ ）

- 6.1 户外广告行业企业总体发展状况
- 6.2 户外广告行业领先企业经营分析
 - 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华视传媒集团有限公司经营情况分析
 - 6.2.3航美传媒集团有限公司经营情况分析
 - 6.2.4海南白马广告媒体投资有限公司经营情况分析
 - 6.2.5德高中国集团经营情况分析
 - 6.2.6北京首都机场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
 - 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
- 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

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202201/261804.html>