

2024-2030年中国户外媒体 行业发展态势与前景趋势报告

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

《2024-2030年中国户外媒体行业发展态势与前景趋势报告》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/202401/435979.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

户外媒体是指主要建筑物的楼顶和商业区的门前、路边等户外场地设置的发布广告的信息的媒介，主要形式包括气球、飞艇、车厢、大型充气模型、高校内、高档小区走廊楼道等。

2016-2018年广告主对“互联网+户外媒体”预算分配比重加大 当前，国家宏观经济稳中向好运行，移动互联网、社交媒体、AI、VR等新兴技术及媒介助力，广告业更是突飞猛进。其中户外广告在受众自愿、不经意、不占有时间的情况下便可以完成对受众的内容传播和渗透，进而影响到人们的购买行为，诸多厂商已从大批量的户外广告投放中获得丰厚回报。户外广告将越来越受到各行业广告主的青睐，市场规模有望继续快速增长。 中企顾问网发布的《2024-2030年中国户外媒体行业发展态势与前景趋势报告》共十二章。首先介绍了中国户外媒体行业市场发展环境、户外媒体整体运行态势等，接着分析了中国户外媒体行业市场运行的现状，然后介绍了户外媒体市场竞争格局。随后，报告对户外媒体做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国户外媒体行业发展趋势与投资预测。您若想对户外媒体产业有个系统的了解或者想投资中国户外媒体行业，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： 第一章2022年中国户外媒体所属行业发展环境分析 第一节 中国经济环境分析 一、2022年宏观经济运行情况 1、GDP历史变动轨迹分析 2、固定资产投资历史变动轨迹分析 二、2024-2030年中国居民（消费者）收入情况 三、2024-2030年中国城市化率 四、2024-2030年中国城市及农村居民年均可支配收入 四、2022年中国经济发展预测分析 第二节 户外媒体行业相关政策 第三节 2022年中国户外媒体行业发展社会环境分析 第二章 户外媒体行业发展概述 第一节 行业界定 一、户外媒体行业定义及分类 二、户外媒体行业经济特性 三、户外媒体行业产业链简介 第二节 户外媒体行业发展成熟度 一、行业发展周期分析 二、行业中外市场成熟度对比 第三节 户外媒体行业相关产业动态 第三章 2022年户外媒体所属行业市场运行形势分析 第一节 户外媒体所属行业市场运行环境分析 第二节 户外媒体行业市场发展情况分析 一、户外媒体行业市场供需分析 二、户外媒体行业市场规模分析 三、户外媒体行业主要国家发展情况分析 第三节 2024-2030年户外媒体所属行业市场规模趋势预测分析 第四章 2022年中国户外媒体所属行业技术发展分析 第一节 中国户外媒体行业技术发展现状 第二节 户外媒体行业技术特点分析 第三节 户外媒体行业技术专利情况 一、户外媒体行业专利申请数分析 二、户外媒体行业专利申请人分析 三、户外媒体行业热门专利技术分析 第四节 户外媒体行业技术发展趋势分析 第五章 我国户外媒

体所属行业发展分析 第一节 2022年中国户外媒体所属行业发展状况 一、2022年户外媒体行业发展状况分析

在细分领域方面，户外电子屏广告市场、车身广告及电梯广告市场因受众覆盖面广、广告投放效果好等原因广受关注。特别是以楼宇类和交通类为代表的户外媒体，通过对人们生活圈的精准布局，一直被广告主所看好。户外媒体的数字化渐成趋势，数字影院、电梯海报广告预算相应增加，成为领跑其他户外媒体的广告形式。 二、2022年中国户外媒体行业动态 三、2022年我国户外媒体行业发展热点 四、2022年我国户外媒体行业存在的问题 第二节 2022年中国户外媒体所属行业市场供需状况 一、2024-2030年中国户外媒体行业供给分析 二、2024-2030年中国户外媒体行业市场需求分析 三、中国户外媒体行业产品价格分析 1、中国户外媒体行业产品价格分析 2、行业价格影响因素分析 四、2024-2030年中国户外媒体行业市场规模分析 第六章 2024-2030年中国户外媒体所属行业主要数据监测分析 第一节 2024-2030年中国户外媒体所属行业规模分析 一、企业数量分析 二、资产规模分析 三、销售规模分析 四、利润规模分析 第二节 2024-2030年中国户外媒体所属行业产值分析 一、产成品分析 二、工业总产值分析 第三节 2024-2030年中国户外媒体所属行业成本费用分析 一、销售成本分析 二、销售费用分析 三、管理费用分析 四、财务费用分析 第四节 2024-2030年中国户外媒体所属行业运营效益分析 一、盈利能力分析 二、偿债能力分析 三、运营能力分析 四、成长能力分析 第七章 2022年中国户外媒体行业竞争格局分析 第一节 行业竞争结构分析 一、国内企业竞争格局 二、国外企业产品市场份额 三、行业企业区域分布 第二节 户外媒体行业集中度分析 一、行业市场销售集中度分析 二、行业区域消费集中度分析 第三节 2022年中国户外媒体行业SWOT模型分析 第八章 户外媒体行业优势生产企业竞争力分析 第一节 华视传媒集团有限公司 一、户外媒体概况 二、户外媒体竞争优势分析 三、户外媒体经营状况分析 四、企业发展战略分析 第二节 上海雅仕维广告有限公司 一、户外媒体概况 二、户外媒体竞争优势分析 三、户外媒体经营状况分析 四、企业发展战略分析 第三节 分众传媒信息技术股份有限公司 一、户外媒体概况 二、户外媒体竞争优势分析 三、户外媒体经营状况分析 四、企业发展战略分析 第四节 航美传媒集团有限公司 一、户外媒体概况 二、户外媒体竞争优势分析 三、户外媒体经营状况分析 四、企业发展战略分析 第五节 德高广告(上海)有限公司 一、户外媒体概况 二、户外媒体竞争优势分析 三、户外媒体经营状况分析 四、企业发展战略分析 第九章 2024-2030年中国户外媒体行业上下游分析及其影响 第一节 2022年中国户外媒体行业上游发展及影响分析 一、2022年中国户外媒体行业上游运行现状分析 二、2024-2030年中国户外媒体行业上游市场发展前景预测 三、上游对本行业产生的影响分析 第二节 2022年中国户外媒体行业下游发展及影响分析 一、2022年中国户外媒体行业下游运行现状分析 二、2024-2030年中国户外媒体行业下游市场发展前景预测 三、下游对本行

业产生的影响分析 第十章 2024-2030年户外媒体行业发展及投资前景预测分析 第一节
2024-2030年户外媒体行业市场规模预测分析 第二节 2024-2030年户外媒体行业供需预测分析
第三节 中国户外媒体行业五力分析 第四节 2024-2030年我国户外媒体行业前景展望分析 第五
节 2024-2030年我国户外媒体行业产品价格走势预测 第六节 2024-2030年我国户外媒体行业盈
利能力预测 第十一章 2024-2030年中国户外媒体行业投资风险分析 第一节 2024-2030年中国
户外媒体行业投资金额分析 一、2024-2030年中国户外媒体行业内资企业投资金额分析 二
、2024-2030年中国户外媒体行业港澳台及外资企业投资金额分析 第二节 近年中国户外媒体
行业主要投资项目分析 第三节 2024-2030年中国户外媒体行业投资周期分析 第四节 2024-2030
年中国户外媒体行业投资风险分析 一、政策和体制风险 二、技术发展风险 三、市场竞争风
险 四、原材料压力风险 五、进入退出风险 六、经营管理风险 第十二章 2024-2030年中国户
外媒体行业发展策略及投资建议分析 第一节 户外媒体行业发展策略分析 一、坚持产品创新
的领先战略 二、坚持品牌建设的引导战略 三、坚持工艺技术创新的支持战略 四、坚持市场
营销创新的决胜战略 五、坚持企业管理创新的保证战略 第二节 户外媒体行业市场的关键客
户战略实施 一、实施重点客户战略的必要性 二、合理确立重点客户 三、对重点客户的营销
策略 四、强化重点客户的管理 五、实施重点客户战略要重点解决的问题 第三节 2024-2030年
中国户外媒体产品生产及销售投资运作模式探讨 一、国内生产企业投资运作模式 二、国内
营销企业投资运作模式 三、外销与内销优势分析 1、产品外销优势 2、产品内销优势 第四节
2024-2030年中国户外媒体行业发展建议 第五节 2024-2030年中国户外媒体行业投资建议 图
表目录： 图表：2024-2030年经济增长趋势：% 图表：2024-2030年中国GDP经济增长趋势：%
图表：户外媒体产业链结构示意图 图表：2022年 户外媒体行业专利申请前十申请量统计(单
位：个) 图表：2022年我国户外媒体行业相关发明专利分布领域(前十位)(单位：%) 图表
：2024-2030年中国户外媒体产量及其增速走势图 图表：2024-2030年中国户外媒体消费量及其
增速走势图 图表：2024-2030年中国户外媒体市场规模及其增速走势图 图表：2024-2030年中
国户外媒体市场价格走势图 图表：2024-2030年中国户外媒体产量及消费量预测 图表
：2024-2030年中国户外媒体市场价格走势预测 图表：2024-2030年我国户外媒体市场规模分区
域统计表 图表：2024-2030年中国户外媒体所属行业企业数量增长趋势图 图表：2024-2030年
中国户外媒体所属行业资产规模增长分析 图表：2024-2030年中国户外媒体所属行业销售规模
增长分析 图表：2024-2030年中国户外媒体所属行业利润规模增长分析 图表：2024-2030年中
国户外媒体所属行业产成品增长分析 图表：2024-2030年中国户外媒体所属行业总产值分析
图表：2024-2030年中国户外媒体所属行业成本费用结构变动趋势 图表：2024-2030年中国户
外媒体所属行业销售成本分析 图表：2024-2030年中国户外媒体所属行业销售费用分析 图表
：2024-2030年中国户外媒体所属行业管理费用分析 图表：2024-2030年中国户外媒体所属行业

财务费用分析 图表：2024-2030年中国户外媒体所属行业资产收益率分析 图表：2024-2030年中国户外媒体所属行业销售利润率分析 图表：2024-2030年中国户外媒体所属行业总资产周转率分析 图表：2024-2030年中国户外媒体所属行业流动资产周转率分析 图表：2024-2030年中国户外媒体所属行业销售增长率分析 图表：2024-2030年中国户外媒体所属行业利润增长率分析 图表：2024-2030年中国户外媒体所属行业资产负债率分析 图表：2024-2030年中国户外媒体所属行业流动比率分析

更多图表请见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202401/435979.html>