2024-2029年中国户外广告行业市场前瞻与投资战略规划分析报告

目 录

CONTENTS

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
6.2.11 TOM户外传媒集团经营情况分析
6.2.12 龙帆传媒集团经营情况分析
6.2.13 凤凰都市传媒科技股份有限公司经营情况分析
6.2.14 西部机场集团广告传媒（西安）有限公司经营情况分析
6.2.15 四川博瑞眼界户外传媒有限公司经营情况分析
6.2.16 上海铁路文化广告发展有限公司经营情况分析
6.2.17 成都经典视线广告传媒有限公司经营情况分析
6.2.18 大连国域无疆传媒集团股份有限公司经营情况分析

6.2.19 深圳市高速广告有限公司经营情况分析
6.2.20 北京触动传媒广告有限公司经营情况分析
6.2.21 大贺传媒股份有限公司经营情况分析
6.2.22 北京炎黄健康时代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19：2015-2022年中国GDP增长走势图（单位：亿元，%）
图表20：2014-2022年中国社会消费品零售总额变化趋势图（单位：亿元，%）
图表21：2013-2022年中国工业增加值及增长率走势图（单位：亿元，%）
图表22：2015-2022年全国固定资产投资（不含农户）增长速度（单位：万亿元，%）
图表23：2022年中国主要经济指标增长及预测（单位：%）
图表24：2011-2022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25：2014-2022年户外广告相关专利申请数量变化图（单位：件）
图表26：2014-2022年户外广告相关专利公开数量变化图（单位：件）
图表27：截至2022年户外广告相关专利申请人构成表（单位：件）
图表28：截至2022年户外广告相关专利技术构成表（单位：件）
图表29：2018-2022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
图表31：2013-2022年美国户外广告收入情况及变化（单位：亿美元，%）

图表32：2022年美国广告市场份额分布（单位：%）
图表33：2022年美国前10大户外广告投放行业（按照投放额排名）
图表34：2022年美国户外广告支出广告商TOP10
图表35：英国户外广告投放渠道分布（单位：%）
图表36：2017-2022年德国各媒介广告净收入（单位：百万欧元）
图表37：2022年德国媒介广告收入发展预测（单位：%）
图表38：欧洲户外广告发布内容分析
图表39：2016-2022年日本户外广告市场及变化（单位：亿美元，%）
图表40：日本户外广告定点媒体类型
图表41：日本户外广告移动媒体类型
图表42：新加坡户外广告类型
图表43：2014-2022年我国户外广告投放额及同比增速（单位：亿元，%）
图表44：2022年传统户外主要细分行业户外广告支出增幅（单位：%）
图表45：2022年电梯电视主要细分行业户外广告支出增幅（单位：%）
图表46：2022年电梯海报主要细分行业户外广告支出增幅（单位：%）
图表47：2022年传统户外广告花费TOP10品牌增幅（单位：%）
图表48：2022年电梯电视广告花费TOP9牌增幅（单位：%）
图表49：2022年电梯海报广告花费TOP9牌增幅（单位：%）
图表50：户外广告行业利润高的原因
图表51：2018-2022年我国户外广告企业数量（单位：万家，%）
图表52：各类型广告公司盈利能力
图表53：户外广告行业发展面临的威胁
图表54：户外广告行业发展面临的机遇
图表55：不同地区户外广告受众偏好分析
图表56：不同媒体的户外广告受众偏好分析
图表57：户外广告内部要素刺激
图表58：户外广告与周围环境的配合分析
图表59：户外广告的重复策略
图表60：广告信息简洁恰当分析
图表61：户外电子屏广告服务模式
图表62：中国户外电子屏广告主要种类
图表63：2015-2022年中国户外电子屏广告市场整体规模及同比增速（单位：亿元，%）
图表64：2022年我国户外电子屏广告各细分领域规模（单位：%）、
图表65：2012-2022年中国公交地铁电子屏广告市场规模及同比增速（单位：亿元，%）
图表66：2012-2022年中国商业楼宇电子屏广告市场规模及同比增速（单位：亿元，%）
图表67：2022年中国商业楼宇电子屏厂商收入规模竞争格局（单位：%）
图表68：2012-2022年中国航空电子屏广告市场规模及同比增速（单位：亿元，%）
图表69：2022年中国航空电子屏厂商收入规模（单位：%）
图表70：2023-2028年中国户外电子屏广告市场规模及预测（单位：亿元）
图表71：2013-2022年中国公交车身广告市场规模及同比增速（单位：亿元，%）
图表72：2018-2022年上半年中国公交车身广告同比增速（单位： %）
图表73：中国公交车身广告投放行业情况（单位：%）
图表74：2018-2022年分众传媒覆盖城市分布
图表75：京东商城电梯平面广告投放后到达情况（单位：%）
图表76：京东商城其他广告媒体到达情况（单位：%）
图表77：京东商城电梯平面广告投放前广告内容记忆（单位：%）
图表78：京东商城电梯平面广告投放前广告信息传递（单位：%）
图表79：京东商城电梯平面广告投放后广告喜好度（单位：%）
图表80：京东商城电梯平面广告投放后受众对广告的综合评价（单位：%）
图表81：京东商城电梯平面广告投放后对品牌的印象影响（单位：%）
图表82：电梯平面广告投放后对购买京东商城产品的影响（单位：%）
图表83：电梯平面广告到达情况对比（单位：%）
图表84：北京市户外广告行业管理规范
图表85：2018-2022年北京户外广告投放额及增速（单位：亿元）
图表86：北京市主要广告投放品牌
图表87：上海市户外广告行业管理规范
图表88：2018-2022年上海市户外广告投放额（单位：亿元）
图表89：2022年上海市户外广告投放渠道占比（单位：%）
图表90：2022年上海市户外广告投放额前十品牌（单位：亿元）

图表91：广州市户外广告行业管理规范
图表92：2018-2022年广州市户外广告投放额（单位：亿元）
图表93：2022年广州市户外广告投放额前十品牌（单位：亿元）
图表94：深圳市户外广告行业管理规范
图表95：2018-2022年深圳市户外广告投放额（单位：亿元）
图表96：武汉市户外广告行业管理规范
图表97：2018-2022年武汉市户外广告投放额（单位：亿元）
图表98：2022年武汉地铁灯箱广告投放行业统计（单位：%）
图表99：2022年武汉火车站媒体广告投放行业统计（单位：%）
图表100：2022年武汉机场灯箱广告投放行业统计（单位：%）
图表101：武汉市户外广告品牌投放情况
图表102：2018-2022年武汉市交通重点建设规划情况
图表103：2022年武汉市地铁规划路线图
图表104：2018-2022年南京市户外广告投放额（单位：亿元）
图表105：2022年南京地铁灯箱广告投放行业统计（单位：%）
图表106：2022年南京火车站媒体广告投放行业统计（单位：%）
图表107：2022年南京机场灯箱广告投放行业统计（单位：%）
图表108：南京市在建地铁情况简介
图表109：2018-2022年杭州市户外广告投放额（单位：亿元）
图表110：杭州市户外广告主要运营投放企业名录
图表111：截至2022年杭州市主要户外媒体资源数量（单位：个）
图表112：2018-2022年成都市户外广告产业额（单位：亿元）
图表113：2022年成都地铁灯箱广告投放行业统计（单位：%）
图表114：成都户外广告投放品牌情况
图表115：成都地铁规划建设网
图表116：2018-2022年长沙市户外广告投放额（单位：亿元）
图表117：长沙市户外广告主要运营投放企业名录
图表118：分众传媒信息技术股份有限公司基本信息表

……

完整版目录请咨询客服

如需了解报告详细内容，请直接致电前瞻客服中心。

全国免费服务热线：400-068-7188 0755-82925195 82925295 83586158

或发电子邮件：service@qianzhan.com

或登录网站：https://bg.qianzhan.com/

我们会竭诚为您服务！