

# 2020年中国户外媒体行业前景分析报告- 市场竞争现状与发展前景评估

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2020年中国户外媒体行业前景分析报告-市场竞争现状与发展前景评估》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/guanggaochuanmei/495737495737.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

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。其具有面积大、色彩鲜艳、版主体鲜明、设计新颖、形权象生动、简单明快等特点。

我国户外传媒行业应用形式 数据来源：公开资料整理

随着我国城镇化推进以及居民消费支出增多等因素的影响，驱动着户外广告的发展。在未来，户外广告的增长率将持续提升，预计在2021年将拥有711.5亿元的规模，成为线下广告中愈加重要的广告市场。

2015-2021年中国户外广告市场规模及预测情况 数据来源：公开资料整理

随着5G的到来和普及，户外传媒使用场景将被重新赋能，最终创造一种线上线下统一的网络环境，因此户外传媒行业即将迎来重大变革。

目前我国户外媒体行业问题及发展趋势

户外传媒问题

趋势

广告资源拍卖成本的抬高，让户外媒体主生存更有压力

户外广告市场数字化进程将加快，到时候无论是硬件技术或者是大数据应用，都会加速应用在整个户外广告市场。预测2020年，将有超过30%的市场容量转型为数字户外市场，而全部户外广告市场的收入，将有超过50%由数字户外媒体提供

数字化转型过程慢，并且在面对数字化的转型过程中，处在摸索如何平衡传统户外售卖方式及互联网售卖方式带给户外广告行业更多的赋能

2020年，由于5G的加速推广普及，户外广告市场将创新更多的新场景，通过新的应用场景，构建新的传播价值

营销监测手段和效果评估缺乏更科学的行业测量标准

2020年，户外广告市场将更以更快的速度，从媒体资源主导向消费者主导转型，更加深刻的洞察消费者，更加深入的满足消费者需求，更加以消费者为主导展开传播，是2020年的一个主题特色

同行业竞争激烈，尚未形成成熟的媒体平台资源整合及融合

2020年，下线市场的活跃程度将提供整个户外广告市场的发展动力，更多的发展动力，更多的传播价值，更多的市场收入，将来自下线市场以及与下线市场相关的行业

户外广告传媒公司人员老化广告销售及盈利模式陈旧

2020年，户外广告市场会进一步加速进行线上线下传播的竞合力，特别是打通移动终端、

打通社交媒体，与短视频结合，会出现突破性进展

数据来源：公开资料整理（WYD）

## 【报告大纲】

### 第一部分 产业环境透视

#### 第一章 我国户外传媒行业的定义与发展水平

##### 第一节 我国户外传媒市场概况

###### 一、户外传媒行业定义

###### 二、户外传媒行业特征

###### 三、户外传媒行业分类

###### 1、车体广告

###### 2、广告牌广告

###### 3、楼宇广告

##### 第二节 传统户外传媒行业的发展

###### 一、我国户外传媒行业发展分析

###### 二、2017-2020年传统户外传媒行业规模分析

###### 三、传统户外传媒行业面临的挑战

###### 四、传统户外传媒行业的发展趋势

##### 第三节 中国智能户外传媒行业发展

###### 一、中国智能户外传媒发展情况

###### 二、中国智能户外传媒商业模式和特点

###### 三、中国智能户外传媒实用性与优越性分析

###### 四、发展智能户外传媒用户的关键因素

### 第二章 我国户外传媒行业发展现状

#### 第一节 中国户外传媒行业的发展概况

##### 一、户外传媒产业布局的演变分析

##### 二、制约户外传媒业生态链的因素

##### 三、户外传媒业的价值分析

#### 第二节 2017-2020年我国户外传媒行业发展状况

##### 一、行业发展回顾

##### 二、行业发展情况分析

##### 三、市场特点分析

##### 四、市场发展分析

#### 第三节 2020年中国户外传媒行业供需分析

- 一、市场需求总量分析
- 二、市场需求结构分析
- 三、市场供需平衡分析

### 第三章 2017-2020年中国户外传媒行业发展环境分析

#### 第一节 2017-2020年国内宏观环境分析

- 一、经济环境分析
- 二、政治环境分析
- 三、社会环境分析

#### 第二节 2017-2020年行业发展环境分析

- 一、行业企业数量分析
- 二、行业竞争环境分析
- 三、产业链环境分析

## 第二部分 行业深度分析

### 第四章 中国户外传媒所属行业市场运行分析

#### 第一节 2017-2020年市场运营分析

- 一、2017-2020年市场规模
- 二、2017-2020年市场容量
- 三、户外传媒行业利率水平

#### 第二节 中国户外传媒消费市场发展分析

- 一、城市户外传媒消费市场发展状况
- 二、乡村户外传媒消费市场发展状况

#### 第三节 中国户外传媒消费群体分析

- 一、用户年龄结构调查
- 二、用户家庭收入调查
- 三、用户区域分布状况调查
- 四、户外传媒消费档次调查

### 第五章 我国户外传媒行业运行现状分析

#### 第一节 2017-2020年我国户外媒体行业发展状况分析

- 一、我国户外媒体行业发展状况分析
- 二、户外媒体行业经营模式分析
- 三、2017-2020年户外媒体行业市场规模
- 四、2017-2020年户外媒体投资规模分析

## 第二节 我国户外媒体市场供需分析

一、2017-2020年我国户外媒体行业供给情况

二、2017-2020年我国户外媒体行业需求情况

## 第三节 行业总体市场竞争状况分析

一、户外媒体行业竞争概况

二、户外媒体行业竞争结构分析

三、户外媒体行业企业竞争格局分析

四、户外媒体行业集中度分析

五、户外媒体行业swot分析

## 第六章 2020年户外传媒产业面临的机遇与挑战

### 第一节 2020年户外传媒产业面临的机遇

一、营销模式机遇分析

二、营销环境的分析

三、“互联网+”发展机遇

### 第二节 2020年户外传媒产业面临的挑战

一、传统户外传媒营销弊端

二、互联网发展挑战传统销售渠道

三、户外传媒行业竞争激烈

## 第七章 2017-2020年户外传媒产业渠道分析

### 第一节 2017-2020年国内户外传媒产品的经销模式

### 第二节 2017-2020年户外传媒行业国际化营销模式分析

### 第三节 2020年国内户外传媒产品生产及销售投资运作模式分析

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

## 第八章 中国户外传媒所属行业区域市场分析

### 第一节 2017-2020年华北地区户外传媒所属行业分析

一、区域消费环境分析

二、市场规模情况分析

三、区域发展前景预测

### 第二节 2017-2020年东北地区户外传媒所属行业分析

一、区域消费环境分析

## 二、市场规模情况分析

## 三、区域发展前景预测

### 第三节 2017-2020年华东地区户外传媒所属行业分析

#### 一、区域消费环境分析

#### 二、市场规模情况分析

#### 三、区域发展前景预测

### 第四节 2017-2020年华南地区户外传媒所属行业分析

#### 一、区域消费环境分析

#### 二、市场规模情况分析

#### 三、区域发展前景预测

### 第五节 2017-2020年华中地区户外传媒所属行业分析

#### 一、区域消费环境分析

#### 二、市场规模情况分析

#### 三、区域发展前景预测

### 第六节 2017-2020年西部地区户外传媒所属行业分析

#### 一、区域消费环境分析

#### 二、市场规模情况分析

#### 三、区域发展前景预测

## 第三部分 市场竞争格局

### 第九章 户外传媒行业竞争格局分析

#### 第一节 2017-2020年户外传媒行业集中度分析

##### 一、市场集中度分析

##### 二、企业集中度分析

##### 三、区域集中度分析

#### 第二节 户外传媒行业主要企业竞争力分析

##### 一、重点企业资产总计对比分析

##### 二、重点企业从业人员对比分析

##### 三、重点企业全年营业收入对比分析

##### 四、重点企业利润总额对比分析

#### 第三节 户外传媒行业竞争格局分析

##### 一、2020年行业竞争分析

##### 二、2020年中外产品竞争分析

##### 三、2021-2026年国内主要企业动向

## 第十章中国户外传媒行业企业分析（随数据更新有调整）

### 第一节 分众传媒信息技术股份有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业产品服务分析
- 三、企业发展现状分析
- 四、企业竞争优势分析

### 第二节 航美传媒集团有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业产品服务分析
- 三、企业发展现状分析
- 四、企业竞争优势分析

### 第三节 华视传媒集团有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业产品服务分析
- 三、企业发展现状分析
- 四、企业竞争优势分析

### 第四节 德高广告（上海）有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业产品服务分析
- 三、企业发展现状分析
- 四、企业竞争优势分析

### 第五节 海南白马广告媒体投资有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业产品服务分析
- 三、企业发展现状分析
- 四、企业竞争优势分析

### 第六节 北京雷霆万钧网络科技有限责任公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业产品服务分析
- 三、企业发展现状分析
- 四、企业竞争优势分析

### 第七节 巴士在线科技有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业产品服务分析
- 三、企业发展现状分析



#### 四、企业竞争优势分析

##### 第八节 号百信息服务有限公司

###### 一、企业发展简况分析

###### 二、企业产品服务分析

###### 三、企业发展现状分析

###### 四、企业竞争优势分析

##### 第九节 大贺传媒股份有限公司

###### 一、企业发展简况分析

###### 二、企业产品服务分析

###### 三、企业发展现状分析

###### 四、企业竞争优势分析

##### 第十节 百灵时代传媒集团有限公司

###### 一、企业发展简况分析

###### 二、企业产品服务分析

###### 三、企业发展现状分析

###### 四、企业竞争优势分析

#### 第四部分 发展前景展望

##### 第十一章 户外传媒所属行业经济指标分析

###### 第一节 中国户外传媒所属行业总体规模分析

###### 一、企业数量结构分析

###### 二、行业资产规模分析

###### 第二节 中国\*\*制造所属行业产销与费用分析

###### 一、产成品分析

###### 二、销售收入分析

###### 三、负债分析

###### 四、利润规模分析

###### 五、产值分析

###### 六、销售成本分析

###### 七、销售费用分析

###### 八、管理费用分析

###### 九、财务费用分析

###### 十、其他运营数据分析

###### 第三节 中国户外传媒所属行业财务指标分析

###### 一、行业盈利能力分析

- 二、行业偿债能力分析
- 三、行业营运能力分析
- 四、行业发展能力分析

## 第十二章 户外传媒行业发展趋势分析

### 第一节 2021-2026年中国户外传媒市场趋势分析

- 一、2021-2026年市场趋势总结
- 二、2021-2026年发展趋势分析

### 第二节 2021-2026年产品发展趋势分析

- 一、2021-2026年产品技术趋势分析
- 二、2021-2026年产品价格趋势分析

### 第三节 2021-2026年中国户外传媒行业供需预测

- 一、2021-2026年供给预测
- 二、2021-2026年需求预测
- 三、2021-2026年价格预测

### 第四节 2021-2026年户外传媒行业规划建议

- 一、行业"十三五"整体规划
- 二、2021-2026年户外传媒行业规划建议

## 第十三章 户外传媒行业投资与发展前景分析

### 第一节 2020年户外传媒行业投资情况分析

- 一、行业总体投资结构
- 二、行业投资规模情况
- 三、分行业投资分析
- 四、分地区投资分析

### 第二节 2020年户外传媒行业投资机会分析

- 一、投资项目分析
- 二、可以投资的模式
- 三、细分行业投资机会
- 四、2020年投资新方向

### 第三节 2021-2026年户外传媒行业发展前景分析

- 一、市场发展前景分析
- 二、市场发展趋势分析
- 三、2021-2026年市场面临的发展商机

## 第十四章 户外传媒行业投资风险预警

### 第一节 2020年影响户外传媒行业发展的主要因素

- 一、行业运行的有利因素
- 二、行业运行的不利因素
- 三、行业发展面临的挑战
- 四、行业发展面临的机遇

### 第二节 2021-2026年户外传媒行业投资风险预警

- 一、行业市场风险
- 二、行业政策风险
- 三、行业经营风险
- 四、行业技术风险
- 五、行业竞争风险

### 第三节 我国户外传媒行业发展建议分析

图表目录：

图表：2020年我国户外传媒行业需求结构分析

图表：2017-2020年全球户外传媒行业市场规模分析

图表：2017-2020年我国户外传媒行业市场供给分析

图表：2017-2020年我国户外传媒行业市场需求分析

图表：2017-2020年我国户外传媒行业总资产周转率分析

图表：2017-2020年我国户外传媒行业企业数量分析

图表：2017-2020年我国户外传媒行业从业人数分析

图表：2017-2020年我国户外传媒行业资产规模分析

图表：2020年我国户外传媒行业企业数量结构分析

图表：2017-2020年我国户外传媒行业销售成本分析

图表：2017-2020年我国户外传媒行业管理费用分析

图表：2017-2020年我国户外传媒行业利润总额分析

图表：2017-2020年我国户外传媒行业成本费用利润率分析

图表：2020年我国户外传媒行业市场需求集中度分析

图表详见报告正文 . . . . . ( GYZSAM )

## 【简介】

中国报告网是观研天下集团旗下打造的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商

与综合行业信息门户。《2020年中国户外媒体行业前景分析报告-市场竞争现状与发展前景评估》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

本研究报告数据主要采用国家统计数据，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家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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热术趋势以及未来发展战略等。

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/guanggaochuanmei/495737495737.html>