

# 中国户外电子屏广告市场产销调研与盈利战略研究报告(2013-2017)

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《中国户外电子屏广告市场产销调研与盈利战略研究报告(2013-2017)》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/168526168526.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

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

户外电子屏在过去的3-5年内发展得非常迅速，几乎已经占领了能够开发的所有领域，人们生活空间中的很多终端和渠道都会有户外电子屏的存在。随着科技的不断发展，人们生活节奏的不断提高，户外电子屏这种新型媒体模式的出现顺理成章。户外电子屏改变了户外媒体的格局，从最早的分众传媒，到后来的华视、航美，从最早的楼宇电子屏，到后来的地铁、公交乃至航空等领域的户外电子屏，参与到户外电子屏市场的企业越来越多，户外电子屏的覆盖领域也越来越广。这种新媒体形式逐渐融入到人们的生活之中，越发被人们所接受。

户外电子屏的迅速壮大对于广告市场起到了拉动作用，对广告投入的结构进行了优化，户外电子屏促使广告费用结构重新分配，使得投放广告的企业有了更多的选择，使广告的覆盖区域更广。户外电子屏在覆盖区域内，可以在不同的地方不同的时间段投放不同的广告，这使得它在广告投放上具有灵活性，更能吸引广告投放商。另外，户外电子屏可以滚动地更长时间地播放广告，相对于电视媒体对广告限制而时间被大量压缩而言，户外电子屏的广告存储容量要更大。这些都是户外电子屏抢占媒体广告市场的巨大优势。

2012年，中国户外电子屏广告市场整体规模为 88.3 亿，2011-2012 两年间基本呈平稳发展态势，呈现的主题词为整合中复苏。2013年中国户外电子屏广告市场服务商收入规模将达到97亿元，2009-2013年，中国户外电子屏广告市场规模的年均复合增长率达到13.9%。2013年的中国文化传媒产业，外部有国家层出不穷的各项积极扶持政策以及国家转变经济发展方式、调整经济结构的方针利好，内部有中国居民文化消费需求日益快速上升和新媒体技术引入带来的强大产业发展动力，在内外部因素共同作用下，2013年的中国文化传媒产业将步入发展的黄金时期。

现在的户外视频媒体的商业模式比较单一，如何摸索出其他的商业开发路径，也并不是没有方法。实际上，对于像列车、公交车、飞机等户外视频媒体运营商来说，企业最重要的资源是渠道对某特定人群特定时间内注意力的垄断，或者说公司掌握了特定受众。既然如此，商家就可以围绕这个特定受众的情境性需要去整合产业链上其他的资源，将自己定位于连接受众需求与外部产品或服务的中间平台。户外视频媒体业的融合，一种是产业内的纵向融合，即产业链上下游的融合；二是关联的横向融合；三是既有纵向与横向的交叉融合，这会视企业具体的立足点与定位而定。融合的方式主要分为两种，业务合作式融合与资本整合式融合。在未来户外视频媒体是向途中媒体发展的，其面向的受众都是移动中的人群，即所谓的动众，也就是说，户外视频媒体的远景就是围绕动众构建媒体群。

中国报告网发布的《中国户外电子屏广告市场产销调研与盈利战略研究报告（2013-2017）》内容严谨、数据翔实，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研究分析。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。

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。

## 第一章 中国户外电子屏广告行业发展概述

### 第一节 户外电子屏广告行业概述

#### 一、户外电子屏广告的定义

#### 二、户外电子屏广告的特点

### 第二节 户外电子屏广告上下游产业链分析

#### 一、产业链模型介绍

#### 二、户外电子屏广告行业产业链分析

### 第三节 户外电子屏广告行业生命周期分析

#### 一、行业生命周期概述

#### 二、户外电子屏广告行业所属的生命周期

### 第四节 行业经济指标分析

#### 一、赢利性

#### 二、附加值的提升空间

#### 三、进入壁垒 / 退出机制

#### 四、行业周期

## 第二章 2013年世界户外电子屏广告市场运行形势分析

### 第一节 2012年全球户外电子屏广告行业发展回顾

### 第二节 亚洲地区主要市场概况

### 第三节 欧盟主要国家市场概况

### 第四节 北美地区主要市场概况

### 第五节 2013-2017年世界户外电子屏广告发展走势预测

## 第三章 2013年中国户外电子屏广告产业发展环境分析

### 第一节 2013年中国宏观经济环境分析

#### 一、GDP历史变动轨迹分析

#### 二、固定资产投资历史变动轨迹分析

#### 三、2013年中国宏观经济发展预测分析

### 第二节 户外电子屏广告行业主管部门、行业监管体

### 第三节 中国户外电子屏广告行业政策环境分析

### 第四节 2013年中国户外电子屏广告产业社会环境发展分析

#### 一、人口环境分析

#### 二、教育环境分析

#### 三、文化环境分析

#### 四、生态环境分析

#### 五、消费观念分析

### 第四章 2012-2013年中国户外电子屏广告产业运行情况

#### 第一节 中国户外电子屏广告行业发展状况

##### 一、户外电子屏广告行业市场供给情况

##### 二、户外电子屏广告行业市场需求情况

##### 三、户外电子屏广告行业市场容量

#### 第二节 中国户外电子屏广告行业价格走势分析

##### 一、户外电子屏广告行业价格影响因素分析

##### 二、2012年户外电子屏广告行业价格走势回顾

##### 三、2013-2017年户外电子屏广告行业价格走势预测

#### 第三节 中国户外电子屏广告行业技术发展分析

#### 第四节 户外电子屏广告行业未来发展趋势预测

### 第五章 2012-2013中国户外电子屏广告市场发展分析

#### 第一节 中国户外电子屏广告行业竞争现状

#### 第二节 中国户外电子屏广告行业集中度分析

##### 一、市场集中度

##### 二、企业集中度

##### 三、区域集中度

#### 第三节 户外电子屏广告行业品牌现状分析

#### 第四节 中国户外电子屏广告行业存在的问题

#### 第五节 中国户外电子屏广告行业国际竞争力分析

##### 一、生产要素

##### 二、需求条件

##### 三、支援与相关产业

##### 四、企业战略、结构与竞争状态

##### 五、政府的作用

### 第六章 2012-2013年中国户外电子屏广告行业竞争情况

#### 第二节 行业竞争结构分析

##### 一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第三节 户外电子屏广告行业SWOT分析

一、优势

二、劣势

三、机会

四、威胁

第四节 中国户外电子屏广告产品竞争力优势分析

一、整体产品竞争力评价

二、产品竞争力评价结果分析

三、竞争优势评价及构建建议

第七章 户外电子屏广告行业重点生产企业分析

第一节 企业一

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第二节 企业二

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第三节 企业三

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

#### 第四节 企业四

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

• • • • •

#### 第八章 2013-2017年户外电子屏广告行业发展预测

##### 第一节 2013-2017年中国户外电子屏广告行业未来发展前景分析

- 一、2013-2017年中国户外电子屏广告市场发展环境分析
- 二、2013-2017年中国户外电子屏广告行业市场规模预测
- 三、2013-2017年中国户外电子屏广告行业市场发展趋势分析

##### 第二节 2013-2017年中国户外电子屏广告行业市场供需预测

- 一、2013-2017年中国户外电子屏广告行业供给预测
- 二、2013-2017年中国户外电子屏广告市场需求预测

##### 第三节 2013-2017年中国户外电子屏广告行业盈利走势预测

#### 第九章 2013-2017年中国户外电子屏广告行业投资风险与营销分析

##### 第一节 2013-2017年户外电子屏广告行业进入壁垒分析

##### 第二节 2013-2017年中国户外电子屏广告行业投资环境分析

##### 第三节 中国户外电子屏广告行业投资风险

- 一、政策风险
- 二、技术风险
- 三、竞争风险
- 四、原材料风险
- 五、其他风险

##### 第四节 中国户外电子屏广告行业营销分析

- 一、渠道构成
- 二、销售贡献比率
- 三、覆盖率
- 四、销售渠道效果
- 五、价值流程结构

#### 第十章 2013-2017年中国户外电子屏广告行业发展策略及投资建议

##### 第一节 户外电子屏广告行业市场重点客户战略实施

- 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 观研天下投资建议

一、重点投资区域建议

二、重点投资产品建议

图表目录（部分）：

图表：2008-2012国内生产总值

图表：2008-2012居民消费价格涨跌幅度

图表：2010年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2008-2012年末国家外汇储备

图表：2008-2012财政收入

图表：2008-2012全社会固定资产投资

图表：2013年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2013年固定资产投资新增主要生产能力

图表：2013年房地产开发和销售主要指标完成情况

图表：户外电子屏广告行业产业链

图表：2008-2012户外电子屏广告行业市场供给

图表：2008-2012户外电子屏广告行业市场需求

图表：2008-2012户外电子屏广告行业市场规模

图表：2010年中国户外电子屏广告所属行业全部企业数据分析

图表：2011年中国户外电子屏广告所属行业全部企业数据分析

图表：2012年中国户外电子屏广告所属行业全部企业数据分析

图表：2010年中国户外电子屏广告所属行业不同规模企业数据分析

图表：2011年中国户外电子屏广告所属行业不同规模企业数据分析

图表：2012年中国户外电子屏广告所属行业不同规模企业数据分析

图表：2010年中国户外电子屏广告所属行业不同所有制企业数据分析

图表：2011年中国户外电子屏广告所属行业不同所有制企业数据分析

图表：2012年中国户外电子屏广告所属行业不同所有制企业数据分析

图表：户外电子屏广告所属行业生命周期判断

图表：户外电子屏广告所属行业区域市场分布情况

图表：2013-2017年中国户外电子屏广告行业市场规模预测

图表：2013-2017年中国户外电子屏广告行业供给预测

图表：2013-2017年中国户外电子屏广告行业需求预测



图表：2013-2017年中国户外电子屏广告行业价格指数预测

图表：.....

更多图表详见正文.....

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，并有助于降低企事业单位投资风险。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/guanggaochuanmei/168526168526.html>