

# 2016-2022年中国户外广告市场需求分析与十三五 未来前景预测报告

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《2016-2022年中国户外广告市场需求分析与十三五未来前景预测报告》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/240305240305.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

我国目前的广告公司按经营模式，可分为大型综合性广告公司、媒体依托型广告公司和专项型广告公司三类。其中，处于较低层次的是小型制作类广告公司。处于中间层次的是媒体依托型广告公司。大型综合性广告公司（国际和国内4A广告公司）处于金字塔的顶端。

户外广告分为机场、地铁、商业大厦、巴士及其它。尤其是，由于全国不断地建设新机场和地铁路线，所以机场和地铁广告市场近年已展露高市场增长潜力。户外广告的特点是直接的视觉冲击、多种表达方式及长发布时间。于20世纪90年代引入喷墨印刷为户外广告的转折点。此项新应用提升户外广告市场的整体增长潜力。

近年来，户外广告增长速度相对较快，并正在驶入快车道。目前，国内80%的户外广告资源均掌握在中小型广告企业手中，而随着市场的不断放开，国际传媒巨头步步切入，中国户外广告产业正面临着有史以来最大的发展和整合期。近年来，我国户外广告市场呈现了较快增长。2011年、2012年及2013年我国户外广告投放额约为515亿元、566亿元及619亿元，年均增长率超过10%。2014年户外广告投放额持续增长，达到641亿元，增长率有所放缓。2015年中国户外广告回暖。

中国户外广告市场在广告市场中占比较大，占10%左右，总体趋于平稳。2014年中国户外广告市场需求达到536亿元，占全球市场24%，中国已成为全球第一大户外广告市场。

2015年前三季度，中国广告市场规模出现了3.5%的同比缩减。其中，传统广告市场降速达到了惊人的7.3%。尽管以影院和楼宇视频为代表的户外新媒体令人瞩目地维持着二位数增长，整个户外广告业界仍笼罩在行业总体呈颓势的悲观预期中。

随着经济进入常态化，各行业进入平稳增长的新常态，为了追求更大的利润，很多企业对于户外广告需求越来越大，力求通过户外广告来获得更大的收益。

目前户外广告市场是供不应求，预计在未来两三年的时间还会继续保持供不应求的状况，到2020年，户外广告行业市场才会进入供需平衡的状态。

中国报告网发布的《2016-2022年中国户外广告市场需求分析与十三五未来前景预测报告》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、市场前景、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。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。

## 【报告大纲】

### 第一部分 户外广告行业发展环境

#### 第一章 户外广告行业发展综述

##### 第一节 户外广告行业相关概述

###### 一、行业定义与研究范围界定

###### 二、户外广告的分类

###### 三、户外广告行业的特点分析

##### 第二节 户外广告行业发展环境分析

###### 一、行业政策环境分析

###### 1、行业管理体制

###### 2、行业相关政策及解析

###### 3、行业发展规划及解析

###### 二、行业经济环境分析

###### 1、中国GDP增长情况分析

###### 2、中国CPI波动情况分析

###### 3、居民人均收入增长情况分析

###### 4、经济环境影响分析

###### 三、行业社会环境分析

###### 1、中国人口发展分析

###### 2、中国城镇化发展状况

###### 3、中国居民消费习惯分析

#### 第二章 当代背景下户外广告的发展机会分析

##### 第一节 户外广告政策及其实施情况

###### 一、户外广告相关政策解读

###### 二、户外广告计划实施成果解读

##### 第二节 户外广告在国民经济中的地位及作用分析

###### 一、户外广告内涵与特征

###### 二、户外广告与经济的关系分析

##### 第三节 国内环境背景下户外广告发展的SWOT分析

###### 一、国家战略对户外广告产业的影响分析

###### 1、对户外广告市场资源配置的影响

###### 2、对户外广告产业市场格局的影响

###### 3、对户外广告产业发展方式的影响

## 二、户外广告国家战略背景下户外广告发展的SWOT分析

- 1、户外广告发展的优势分析
- 2、户外广告发展的劣势分析
- 3、户外广告发展的机遇分析
- 4、户外广告发展面临的挑战

## 第三章 国际户外广告行业发展分析

### 第一节 国际户外广告行业发展环境分析

- 一、全球人口状况分析
- 二、国际宏观经济环境分析
  - 1、国际宏观经济发展现状
  - 2、国际宏观经济发展预测
  - 3、国际宏观经济发展对行业的影响分析

### 第二节 国际户外广告行业发展现状分析

- 一、国际户外广告行业发展概况
- 二、主要国家户外广告行业的经济效益分析
- 三、国际户外广告行业的发展趋势分析

### 第三节 主要国家及地区户外广告行业发展状况及经验借鉴

- 一、美国户外广告行业发展分析
- 二、欧洲户外广告行业发展分析
- 三、日本户外广告行业发展分析
- 四、台湾地区户外广告行业发展分析
- 五、国外户外广告行业发展经验总结

## 第二部分 户外广告行业发展分析

## 第四章 2015年中国户外广告行业发展现状分析

### 第一节 中国户外广告行业发展概况

- 一、中国户外广告行业发展历程
- 二、中国户外广告发展状况
  - 1、户外广告行业发展规模
  - 2、户外广告行业供需状况

### 第二节 中国户外广告运营分析

- 一、中国户外广告经营模式分析
- 二、中国户外广告经营项目分析
- 三、中国户外广告运营存在的问题

## 第五章 互联网对户外广告的影响分析

### 第一节 互联网对户外广告行业的影响

## 一、智能户外广告设备发展情况分析

### 1、智能户外广告设备发展概况

### 2、主要户外广告APP应用情况

## 二、户外广告智能设备经营模式分析

### 1、智能硬件模式

### 2、户外广告APP模式

### 3、虚实结合模式

### 4、个性化资讯模式

## 三、智能设备对户外广告行业的影响分析

### 1、智能设备对户外广告行业的影响

### 2、户外广告智能设备的发展趋势分析

## 第二节 互联网+户外广告发展模式分析

### 一、互联网+户外广告商业模式解析

#### 1、户外广告O2O模式分析

#### 2、智能联网模式

### 二、互联网+户外广告案例分析

#### 1、案例一

#### 2、案例二

#### 3、案例三

#### 4、案例四

#### 5、案例五

### 三、互联网背景下户外广告行业发展趋势分析

## 第六章 中国户外广告需求与消费者偏好调查

### 第一节 户外广告产品目标客户群体调查

#### 一、不同收入水平消费者偏好调查

#### 二、不同年龄的消费者偏好调查

#### 三、不同地区的消费者偏好调查

### 第二节 户外广告产品的品牌市场调查

#### 一、消费者对户外广告品牌认知度宏观调查

#### 二、消费者对户外广告产品的品牌偏好调查

#### 三、消费者对户外广告品牌的首要认知渠道

#### 四、消费者经常购买的品牌调查

#### 五、户外广告品牌忠诚度调查

#### 六、户外广告品牌市场占有率调查

#### 七、消费者的消费理念调研

### 第三节 不同客户购买相关的态度及影响分析

- 一、价格敏感程度
- 二、品牌的影响
- 三、购买方便的影响
- 四、广告的影响程度

### 第三部分 户外广告行业发展格局

## 第七章 中国重点城市户外广告市场分析

### 第一节 北京市户外广告市场分析

- 一、北京市户外广告行业需求分析
- 二、北京市户外广告发展情况
- 三、北京市户外广告存在的问题与建议

### 第二节 上海市户外广告市场分析

- 一、上海市户外广告行业需求分析
- 二、上海市户外广告发展情况
- 三、上海市户外广告存在的问题与建议

### 第三节 天津市户外广告市场分析

- 一、天津市户外广告行业需求分析
- 二、天津市户外广告发展情况
- 三、天津市户外广告存在的问题与建议

### 第四节 深圳市户外广告市场分析

- 一、深圳市户外广告行业需求分析
- 二、深圳市户外广告发展情况
- 三、深圳市户外广告存在的问题与建议

### 第五节 重庆市户外广告市场分析

- 一、重庆市户外广告行业需求分析
- 二、重庆市户外广告发展情况
- 三、重庆市户外广告存在的问题与建议

## 第八章 中国领先企业户外广告经营分析

### 第一节 中国户外广告总体状况分析

- 一、企业规模分析
- 二、企业类型分析
- 三、企业性质分析
- 四、行业总体区域结构特征及变化

### 第二节 领先户外广告经营状况分析

- 一、华视传媒

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业经营情况分析
- 3、企业服务内容分析
- 4、企业经营优劣势分析
- 5、企业最新发展动态

## 二、分众传媒

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业经营情况分析
- 3、企业服务内容分析
- 4、企业经营优劣势分析
- 5、企业最新发展动态

## 三、航美传媒集团

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业经营情况分析
- 3、企业服务内容分析
- 4、企业经营优劣势分析
- 5、企业最新发展动态

## 四、大贺传媒股份有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业经营情况分析
- 3、企业服务内容分析
- 4、企业经营优劣势分析
- 5、企业最新发展动态

## 五、白马户外传媒

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业经营情况分析
- 3、企业服务内容分析
- 4、企业经营优劣势分析
- 5、企业最新发展动态

## 六、触动传媒

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业经营情况分析
- 3、企业服务内容分析
- 4、企业经营优劣势分析
- 5、企业最新发展动态



## 七、北京路通彩虹传媒股份有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业经营情况分析
- 3、企业服务内容分析
- 4、企业经营优劣势分析
- 5、企业最新发展动态

## 八、江苏三艾国际广告股份有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业经营情况分析
- 3、企业服务内容分析
- 4、企业经营优劣势分析
- 5、企业最新发展动态

## 九、广东希尔文化传媒投资股份有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业经营情况分析
- 3、企业服务内容分析
- 4、企业经营优劣势分析
- 5、企业最新发展动态

## 十、广东红太阳传媒股份有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业经营情况分析
- 3、企业服务内容分析
- 4、企业经营优劣势分析
- 5、企业最新发展动态

## 第四部分 户外广告行业发展前景

### 第九章 中国户外广告行业投资与前景预测

#### 第一节 中国户外广告行业投资风险分析

- 一、行业宏观经济风险
- 二、行业政策变动风险
- 三、行业市场竞争风险
- 四、行业其他相关风险

#### 第二节 中国户外广告行业投资特性分析

- 一、行业进入壁垒分析
- 二、行业盈利因素分析
- 三、行业营销模式分析

### 第三节 中国户外广告行业投资潜力分析

#### 一、行业投资机会分析

#### 二、行业投资建议

### 第四节 中国户外广告行业前景预测

#### 一、户外广告市场规模预测

#### 二、户外广告市场发展预测

#### 三、户外广告行业发展战略

#### 四、对我国户外广告品牌的战略思考

#### 五、户外广告经营策略

#### 图表目录

图表：户外广告分类--按表现性质

图表：户外广告分类--按表现形式

图表：户外广告分类--按动态性

图表：户外广告分类--购买方式

图表：户外广告行业法律法规

图表：中国户外广告行业相关标准

图表：2011-2015年国内生产总值及其增长速度

图表：2011-2015年三次产业增加值占国内生产总值比重

图表：2015年居民消费价格月度涨跌幅度

图表：2015年居民消费价格比2014年涨跌幅度

图表：2015年新建商品住宅月同比价格城市数量变化情况

图表：2013-2015年中国城乡居民人均收入

图表：2010-2015年中国人口数统计

图表：2014-2015年中国人口年龄结构

图表：全国居民身高、体重统计

图表：2002-2012年十年居民身高、体重均有所增长

图表：2002-2012年十年全国居民营养不良状况改善

图表：全国居民平均每天烹调用盐统计

图表：2002-2012年十年全国居民超重率和肥胖率统计

图表：2000-2050年全国60岁以上人口占比

图表：1982-2050年全国老年抚养比

图表：世界不同国家和地区人均GDP（或人均GNI）与城市化率

图表：城市规模结构演变

图表：2000-2015年中国城镇化进程

图表：《国务院关于第二批取消152项中央指定地方实施行政审批事项的决定》--户外广告

- 图表：2015年全球人口性别比例分布
- 图表：1980-2050年全球人口年龄中位数变化趋势
- 图表：2050年全球人口年龄分布预测
- 图表：1990-2015年全球孕产妇和儿童死亡人数减少
- 图表：全球日均生活费地域低于1.90美元的世界人口
- 图表：2015-2050年全球劳动者人口集中分布预测
- 图表：2012-2015年全球户外广告行业市场规模
- 图表：全球户外媒体广告支出需求份额（%）
- 图表：欧洲户外广告看到大品牌的预期调查
- 图表：欧洲用户认为户外广告是个不错的消遣
- 图表：欧洲51%用户更加首选户外广告
- 图表：欧洲户外广告受众移动化
- 图表：科技的早期采用者更乐意选择户外广告品牌调查
- 图表：2015年中国户外广告行业发展规模
- 图表：2015年户外广告市场投放规模
- 图表：2015年中国户外广告需求市场规模统计
- 图表：2015年中国智能手机制造商出货量TOP5
- 图表：2015年Q4中国智能手机制造商出货量TOP5对比
- 图表：户外广告行业互联网盈利模式
- 图表：2015年中国传统户外广告花费TOP10品牌增幅
- 图表：2013-2015年H1北京市户外广告投放额
- 图表：2013-2015年H1上海市户外广告投放额
- 图表：2013-2015年H1天津市户外广告投放额
- 图表：2013-2015年H1深圳市户外广告投放额
- 图表：2015年10月份深圳TOP5户外广告
- 图表：2015年10月份深圳TOP5公交车身广告
- 图表：2015年10月份深圳TOP5户外广告类别
- 图表：2013-2015年H1深圳市户外广告投放额
- 图表：不同规模企业竞争格局
- 图表：不同所有制企业竞争格局
- 图表：华视传媒十周年历程
- 图表：2014年华视传媒主营业务统计
- 图表：2014年华视传媒盈利能力
- 图表：2014年华视传媒偿债能力
- 图表：2014年航美传媒主营业务统计

图表：2014年航美传媒盈利能力

图表：204年航美传媒偿债能力

图表：2015年H1大贺传媒主要财务数据

图表：2015年H1大贺传媒利润表

图表：2015年H1大贺传媒主要资产负债表

图表：2015年H1大贺传媒现金流量表

图表：2015年H1白马广告传媒主要财务数据

图表：2015年H1白马广告传媒利润表

图表：2015年H1白马广告传媒主要资产负债表

图表：2015年H1白马广告传媒现金流量表

图表：2015年H1北京路通彩虹传媒股份有限公司主要财务数据

图表：2015年H1北京路通彩虹传媒股份有限公司利润表

图表：2015年H1北京路通彩虹传媒股份有限公司主要资产负债表

图表：2015年H1北京路通彩虹传媒股份有限公司现金流量表

图表：2015年H1江苏三艾国际广告股份有限公司主要财务数据

图表：2015年H1江苏三艾国际广告股份有限公司利润表

图表：2015年H1江苏三艾国际广告股份有限公司主要资产负债表

图表：2015年H1江苏三艾国际广告股份有限公司现金流量表

图表：2015年H1广东希尔文化传媒投资股份有限公司主要财务数据

图表：2015年H1广东希尔文化传媒投资股份有限公司利润表

图表：2015年H1广东希尔文化传媒投资股份有限公司主要资产负债表

图表：2015年H1广东希尔文化传媒投资股份有限公司现金流量表

图表：2015年H1广东红太阳传媒股份有限公司主要财务数据

图表：2015年H1广东红太阳传媒股份有限公司利润表

图表：2015年H1广东红太阳传媒股份有限公司主要资产负债表

图表：2015年H1广东红太阳传媒股份有限公司现金流量表

图表：2016-2022年户外广告市场规模预测

图表：区域发展战略咨询流程图

图表：区域SWOT战略分析图

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，有利于降低企事业单位决策风险（GY zm）。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/guanggaochuanmei/240305240305.html>