

2019年中国户外广告市场分析报告- 行业调研与未来趋势预测

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2019年中国户外广告市场分析报告-行业调研与未来趋势预测》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/461586461586.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

【报告大纲】

第一部分 户外广告行业环境分析

第一章 户外广告行业发展综述

第一节 广告简介

- 一、广告的概念
- 二、广告的本质特点和要素
- 三、广告的分类和主要形式
- 四、广告媒体简介

第二节 户外广告的定义及优势

- 一、户外广告的概念
- 二、户外广告的划分
- 三、户外广告的优势
- 四、户外广告的影响及作用
- 五、户外广告的美学特征
- 六、户外广告的属性

第三节 户外广告制作工艺

- 一、户外广告制作的设备及工艺
- 二、户外广告牌面的照明工程设计步骤
- 三、户外广告制作的规范化
- 四、户外广告画面制作技巧及注意事项

第二章 户外广告行业市场环境及影响分析（PEST）

第一节 户外广告行业政治法律环境（P）

一、行业主要政策法规

- 1、中华人民共和国广告法
- 2、户外广告登记管理规定
- 3、店堂广告管理暂行办法
- 4、城市公共交通广告发布规范（试行）
- 5、北京市户外广告设置管理办法
- 6、上海市户外广告设施管理办法
- 7、广州市户外广告和招牌设置管理办法

二、政策环境对行业的影响

第二节 行业经济环境分析（E）

一、宏观经济形势分析

1、世界经济环境分析

2、中国经济环境分析

二、宏观经济环境对行业的影响分析

第三节 行业社会环境分析（S）

一、户外广告产业社会环境

1、人口环境分析

2、教育环境分析

3、文化环境分析

4、生态环境分析

5、中国城镇化率

6、居民的各种消费观念和习惯

二、社会环境对行业的影响

第四节 行业技术环境分析（T）

一、行业主要技术发展趋势

二、技术环境对行业的影响

第三章 国际户外广告行业发展分析及经验借鉴

第一节 全球户外广告市场总体情况分析

一、全球户外广告行业发展概况

二、全球户外广告市场产品结构

三、全球户外广告行业发展特征

第二节 全球主要国家（地区）市场分析

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、亚洲国家户外广告行业发展分析

1、日本户外广告行业发展分析

2、新加坡户外广告行业发展分析

3、韩国户外广告行业发展分析

第二部分 户外广告行业运行现状

第四章 我国户外广告行业运行现状分析

第一节 中国户外广告行业发展历程分析

一、中国户外广告行业发展历程

- 1、户外广告行业恢复发展期
- 2、户外广告行业改革发展期
- 3、户外广告行业膨胀发展期
- 4、户外广告行业平稳发展期
- 5、户外广告行业迅速发展期

二、中国户外广告行业发展特点

- 1、市场规模同经济体制改革相适应
- 2、市场投放热点一致
- 3、广告公司日益多元
- 4、政策、媒介、外资公司

第二节 中国户外广告行业市场发展分析

一、户外广告行业市场规模

二、户外广告投放行业分析

- 1、交通类
- 2、邮电通讯
- 3、娱乐休闲
- 4、化妆品
- 5、房地产

三、户外媒体价格变化分析

四、户外广告行业利润分析

第三节 中国户外广告业发展机遇分析

- 一、受众生活方式转变赋予户外广告更多传播空间
- 二、城市理念发展变革助推户外广告业优化转型
- 三、新农村与城镇化建设提升户外广告市场巨大空间
- 四、科技创新及应用推动户外广告进入全新发展阶段
- 五、市场开放推进户外广告业优化资源配置

第四节 中国户外广告的相关政策分析

一、法律因素在户外广告发展中的作用

- 1、对户外广告行为规范产生重要影响的几个关键因素
- 2、高度重视户外广告的设置规划
- 3、完善户外广告企业对信息的利用和监控能力
- 4、关于户外广告特许经营权问题
- 5、资本运作要高度关注产业政策与专业人士合作

二、户外广告的设置与空间权的归属

三、户外广告登记的法律问题剖析

四、户外广告规范与发展的法律策略分析

- 1、户外广告业获得重视和理性对待的法律策略
- 2、建立对话机制有效地利用社会关系资源
- 3、灵活运用法律手段重点解决影响
- 4、强调户外广告设置规划方案的有效性并完善相关的配套措施

第五节 中国户外广告业发展的问题与对策

- 一、制约我国户外广告发展的瓶颈
- 二、中国户外广告行业发展的忧虑
- 三、农村户外广告资源亟待开发
- 四、户外广告业发展存在的问题及对策

1、问题

2、对策

五、户外广告公司面临的隐忧及经营策略分析

六、推动国内户外广告业发展的建议

七、户外广告创意策略浅析

- 1、3D视觉艺术催生户外“立体幻象”
- 2、“无痕植入”再现“物我合一”新境界
- 3、实物造型让立起来的广告更有看头

第五章 户外广告行业受众及投放效果分析

第一节 户外广告行业受众分析

- 一、户外广告受众生活形态分析
- 二、户外广告受众广告接触习惯
 - 1、受众对户外广告的接触频度分析
 - 2、不同年龄受众户外广告接触情况
 - 3、不同收入受众户外广告接触情况
- 三、户外广告受众认知心理分析
 - 1、受众对户外广告的认知情况
 - 2、户外广告受众的偏好分析
- 四、地铁广告的受众分析

第二节 户外广告投放效果分析

- 一、户外广告环境对投放效果影响分析
- 二、户外广告创意对投放效果影响分析
- 三、户外广告投放时机对效果影响分析
- 四、单立柱广告效果分析

第三节 户外广告设计及投放建议

一、户外广告设计策略分析

- 1、提升户外广告的形象
- 2、增强户外广告的记忆度
- 3、扩张广告的体验空间
- 4、户外广告情感体验设计

二、户外广告投放建议

- 1、户外广告投放品牌选择
- 2、熟悉当地政策法规
- 3、分析并规避广告环境干扰
- 4、投放策略要为整体广告服务
- 5、结合品牌概念大胆发布创新

第三部分 户外广告行业深度分析

第六章 我国户外广告细分市场分析及预测

第一节 户外电子屏广告市场分析

一、户外电子屏广告市场定义及分类

- 1、户外电子屏广告市场定义
- 2、户外电子屏广告市场分类

二、户外电子屏广告市场现状分析

- 1、户外电子屏广告市场整体规模
- 2、户外电子屏广告市场竞争格局

三、户外电子屏广告细分领域分析

- 1、户外电子屏广告细分领域规模
- 2、公交地铁电子屏广告市场分析
- 3、商业楼宇电子屏广告市场分析
- 4、超大LED电子屏广告市场分析

四、户外电子屏广告市场发展趋势

第二节 公交车身广告市场分析

一、公交车身广告定义及特点

- 1、公交车身广告定义
- 2、公交车身广告特点
- 3、公交车身广告优势

二、公交车身广告市场现状分析

- 1、公交车身广告市场规模

2、公交车身广告市场竞争情况

3、公交车身广告区域市场情况

三、公交车身广告投放情况分析

1、公交车身广告投放行业分析

2、公交车身广告投放品牌分析

四、公交车身广告投放效果分析

1、公交车身广告投放效果影响因素

2、公交车身广告投放效果评测分析

第三节 电梯平面广告市场分析

一、电梯平面广告基本情况

1、电梯平面广告基本尺寸

2、电梯平面广告基本形式

3、电梯平面广告画面制造

4、电梯平面广告的设计

二、电梯平面广告市场现状分析

1、电梯平面广告优势

2、电梯平面广告劣势

三、电梯平面广告投放情况分析

1、电梯平面广告投放覆盖面分析

2、电梯平面广告投放行业分析

3、电梯平面广告投放品牌分析

四、电梯平面广告投放效果分析

第四节 户外广告其他细分市场分析

一、LED户外广告市场分析

1、LED户外广市场发展现状

2、LED户外广市场发展趋势

二、候车亭广告市场分析

1、候车亭广告市场发展现状

2、候车亭广告市场发展趋势

三、单立柱广告市场分析

1、单立柱广告市场发展现状

2、单立柱广告市场发展趋势

四、霓虹灯广告市场分析

五、路牌广告

第七章 户外广告行业区域市场分析

第一节 行业总体区域结构特征及变化

- 一、行业区域结构总体特征
- 二、行业区域集中度分析
- 三、行业区域分布特点分析
- 四、行业规模指标区域分布分析
- 五、行业效益指标区域分布分析
- 六、行业企业数的区域分布分析

第二节 户外广告区域市场分析

一、东北地区户外广告市场分析

- 1、黑龙江省户外广告市场分析
- 2、吉林省户外广告市场分析
- 3、辽宁省户外广告市场分析

二、华北地区户外广告市场分析

- 1、北京市户外广告市场分析
- 2、天津市户外广告市场分析
- 3、河北省户外广告市场分析

三、华东地区户外广告市场分析

- 1、山东省户外广告市场分析
- 2、上海市户外广告市场分析
- 3、江苏省户外广告市场分析
- 4、浙江省户外广告市场分析
- 5、福建省户外广告市场分析
- 6、安徽省户外广告市场分析

四、华南地区户外广告市场分析

- 1、广东省户外广告市场分析
- 2、广西省户外广告市场分析
- 3、海南省户外广告市场分析

五、华中地区户外广告市场分析

- 1、湖北省户外广告市场分析
- 2、湖南省户外广告市场分析
- 3、河南省户外广告市场分析

六、西南地区户外广告市场分析

- 1、四川省户外广告市场分析
- 2、云南省户外广告市场分析

3、贵州省户外广告市场分析

七、西北地区户外广告市场分析

1、甘肃省户外广告市场分析

2、新疆自治区户外广告市场分析

3、陕西省户外广告市场分析

第四部分 户外广告行业竞争格局分析

第八章 2020-2026年户外广告行业竞争形势

第一节 行业总体市场竞争状况分析

一、户外广告行业竞争结构分析

1、现有企业间竞争

2、潜在进入者分析

3、替代品威胁分析

4、供应商议价能力

5、客户议价能力

6、竞争结构特点总结

二、户外广告行业企业间竞争格局分析

1、不同地域企业竞争格局

2、不同规模企业竞争格局

3、不同所有制企业竞争格局

三、户外广告行业集中度分析

1、市场集中度分析

2、企业集中度分析

3、区域集中度分析

4、各子行业集中度

5、集中度变化趋势

四、户外广告行业SWOT分析

1、户外广告行业优势分析

2、户外广告行业劣势分析

3、户外广告行业机会分析

4、户外广告行业威胁分析

第二节 中国户外广告行业竞争格局综述

一、户外广告行业竞争概况

1、中国户外广告行业品牌竞争格局

2、户外广告业未来竞争格局和特点

3、户外广告市场进入及竞争对手分析

二、中国户外广告行业竞争力分析

- 1、我国户外广告行业竞争力剖析
- 2、我国户外广告企业市场竞争的优势
- 3、民企与外企比较分析
- 4、国内户外广告企业竞争能力提升途径

三、中国户外广告产品竞争力优势分析

- 1、整体竞争力评价
- 2、竞争力评价结果分析
- 3、竞争优势评价及构建建议

第三节 户外广告行业竞争格局分析

- 一、国内外户外广告竞争分析
- 二、我国户外广告市场竞争分析
- 三、我国户外广告市场集中度分析
- 四、国内主要户外广告企业动向
- 五、国内户外广告企业拟在建项目分析

第四节 户外广告行业并购重组分析

- 一、行业并购重组现状及其重要影响
- 二、跨国公司在华投资兼并与重组分析
- 三、本土企业投资兼并与重组分析
- 四、企业升级途径及并购重组风险分析
- 五、行业投资兼并与重组趋势分析

第九章 户外广告行业领先企业经营形势分析

第一节 中国户外广告企业总体发展状况分析

- 一、户外广告企业主要类型
- 二、户外广告企业资本运作分析
- 三、户外广告企业创新及品牌建设
- 四、户外广告企业国际竞争力分析
- 五、2016-2019年户外广告行业重点企业分析

第二节 中国领先户外广告企业经营形势分析

- 一、华视传媒
 - 1、企业发展简况分析
 - 2、企业产品服务分析
 - 3、企业经营状况分析

4、企业竞争优势分析

二、分众传媒

1、企业发展简况分析

2、企业产品服务分析

3、企业经营状况分析

4、企业竞争优势分析

三、航美传媒集团

1、企业发展简况分析

2、企业产品服务分析

3、企业经营状况分析

4、企业竞争优势分析

四、大贺传媒股份有限公司

1、企业发展简况分析

2、企业产品服务分析

3、企业经营状况分析

4、企业竞争优势分析

五、白马广告媒体有限公司

1、企业发展简况分析

2、企业产品服务分析

3、企业经营状况分析

4、企业竞争优势分析

六、触动传媒

1、企业发展简况分析

2、企业产品服务分析

3、企业经营状况分析

4、企业竞争优势分析

七、华铁传媒

1、企业发展简况分析

2、企业产品服务分析

3、企业经营状况分析

4、企业竞争优势分析

八、中铁传媒有限公司

1、企业发展简况分析

2、企业产品服务分析

3、企业经营状况分析

4、企业竞争优势分析

九、华语传媒

1、企业发展简况分析

2、企业产品服务分析

3、企业经营状况分析

4、企业竞争优势分析

十、迪岸传媒集团

1、企业发展简况分析

2、企业产品服务分析

3、企业经营状况分析

4、企业竞争优势分析

第五部分 户外广告行业投资前景分析

第十章 2020-2026年户外广告行业前景及投资价值

第一节 户外广告行业五年规划现状及未来预测

一、“十三五”期间户外广告行业运行情况

二、“十三五”期间户外广告行业发展成果

三、户外广告行业“十三五”发展方向预测

第二节 2020-2026年户外广告市场发展前景

一、2020-2026年户外广告市场发展潜力

二、2020-2026年户外广告市场发展前景展望

三、2020-2026年户外广告细分行业发展前景分析

第三节 2020-2026年户外广告市场发展趋势预测

一、2020-2026年户外广告行业发展趋势

1、技术发展趋势分析

2、产品发展趋势分析

3、产品应用趋势分析

二、2020-2026年户外广告市场规模预测

1、户外广告行业市场容量预测

2、户外广告行业销售收入预测

三、2020-2026年户外广告行业应用趋势预测

四、2020-2026年细分市场发展趋势预测

第四节 2020-2026年中国户外广告行业供需预测

一、2020-2026年中国户外广告行业供给预测

二、2020-2026年中国户外广告行业需求预测

三、2020-2026年中国户外广告行业供需平衡预测

第五节 影响企业生产与经营的关键趋势

- 一、市场整合成长趋势
- 二、需求变化趋势及新的商业机遇预测
- 三、企业区域市场拓展的趋势
- 四、科研开发趋势及替代技术进展
- 五、影响企业销售与服务方式的关键趋势

第六节 户外广告行业投资特性分析

- 一、户外广告行业进入壁垒分析
- 二、户外广告行业盈利因素分析
- 三、户外广告行业盈利模式分析

第七节 2020-2026年户外广告行业发展的影响因素

- 一、有利因素
- 二、不利因素

第八节 2020-2026年户外广告行业投资价值评估分析

- 一、行业投资效益分析
- 二、产业发展的空白点分析
- 三、投资回报率比较高的投资方向
- 四、新进入者应注意的障碍因素

第十一章 2020-2026年户外广告行业投资机会与风险防范

第一节 户外广告行业投融资情况

- 一、行业资金渠道分析
- 二、固定资产投资分析
- 三、兼并重组情况分析

第二节 2020-2026年户外广告行业投资机会

- 一、产业链投资机会
 - 1、满足城市美化的需要
 - 2、安全性要求
 - 3、表现文化特征
- 二、细分市场投资机会
- 三、重点区域投资机会
- 四、户外广告行业投资机遇

第三节 2020-2026年户外广告行业投资风险及防范

- 一、政策风险及防范

二、技术风险及防范

三、供求风险及防范

四、宏观经济波动风险及防范

五、关联产业风险及防范

六、产品结构风险及防范

七、其他风险及防范

1、资金短缺风险

2、经营风险分析

3、管理风险分析

第四节 中国户外广告行业投资建议

一、户外广告行业未来发展方向

1、由空中向地面发展

2、从大型化向小型化转变

3、商业性与公益性的有机结合

4、新技术的普遍采用

二、户外广告行业主要投资建议

1、提炼和打造城市的特色调

2、拍摄和宣传城市形象广告片

3、推动户外公益性广告的发展

4、遵循广告设置安全第一的原则

第十二章 户外广告行业发展战略研究

第一节 户外广告行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、业务组合战略

三、区域战略规划

四、产业战略规划

五、营销品牌战略

六、竞争战略规划

第二节 对我国户外广告品牌的战略思考

一、户外广告品牌的重要性

二、户外广告实施品牌战略的意义

三、户外广告企业品牌的现状分析

四、我国户外广告企业的品牌战略

五、户外广告品牌战略管理的策略

第三节 户外广告经营策略分析

- 一、户外广告市场细分策略
- 二、户外广告市场创新策略
- 三、品牌定位与品类规划
- 四、户外广告新产品差异化战略

第十三章 研究结论及发展建议

第一节 户外广告行业研究结论及建议

- 一、户外广告市场需求新变化
- 二、户外广告制作市场需求变化
- 三、户外广告制作市场需求变化

第二节 户外广告子行业研究结论及建议

第三节 户外广告行业发展建议

- 一、行业转型
- 二、户外广告规划原则
- 三、行业投资建议
 - 1、通路终端的户外媒体呈现整合和细分并存
 - 2、户外广告创新是永远的话题
 - 3、专业服务公司从后台走向前台

图表目录

图表：2016-2019年城镇新增就业人数

图表：2016-2019年国内生产总值与全部就业人员比率

图表：2016-2019年高等教育、中等职业教育及普通高中招生人数

图表：2016-2019年研究与试验发展（R&D）经费支出

图表：2016-2019年中国城镇化水平

图表：2016-2019年户外广告市场规模分析

图表：2016-2019年户外电子屏广告市场规模

图表：2016-2019年户外电子屏广告细分市场份额

图表：2016-2019年中国公交车身广告市场规模

图表：车身广告投放量与回忆率组合图

图表：电梯广告画面评估表

图表：2016-2019年户外广告行业规模指标区域分布

图表：2016-2019年户外广告行业效益指标区域分布

图表：2016-2019年户外广告行业企业数量区域分布

图表：不同地域企业竞争格局

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：2016-2019年户外广告市场集中度

图表：2016-2019年户外广告企业集中度

图表：2016-2019年户外广告区域集中度

图表：2016-2019年户外广告子行业集中度

图表：2016-2019年户外广告行业十大重点企业

图表详见报告正文.....（GY YX）

【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。《2019年中国户外广告市场分析报告-行业调研与未来趋势预测》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。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、新兴热点、市场空间、技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/461586461586.html>