

中国户外广告市场调研与发展前景预 测报告（2024年）

中国产业调研网

www.cir.cn

一、基本信息

报告名称： 中国户外广告市场调研与发展前景预测报告（2024年）
报告编号： 1326366 ← 咨询订购时，请说明该编号
报告价格： 电子版：10000 元 纸质+电子版：10200 元
优惠价格： 电子版：8900 元 纸质+电子版：9200 元 可提供增值税专用发票
咨询热线： 400 612 8668、010-66181099、66182099、010-66183099
电子邮箱： kf@Cir.cn
详细内容： <https://www.cir.cn/6/36/HuWaiGuangGaoShiChangFenXiBaoGao.html>
提示信息： 如需订阅英文、日文等其它语言版本，请向客服咨询。

二、内容介绍

户外广告包括广告牌、公交车身广告、地铁广告和数字标牌，是广告市场中一个重要的组成部分。近年来，数字户外广告（DOOH）的兴起为行业带来了新的活力，通过动态内容、实时更新和互动功能，提高了广告的吸引力和针对性。同时，数据驱动的广告投放策略，如基于位置的广告和人群分析，使户外广告更加精准和有效。

未来，户外广告将更加注重个性化和体验创新。通过面部识别和行为分析技术，广告内容将能够根据观众的实时反应进行调整，提供更加个性化的体验。同时，增强现实（AR）和虚拟现实（VR）技术的应用将创造沉浸式广告体验，吸引观众的注意力并提高品牌记忆度。此外，户外广告将更加注重社会责任和环保，如使用可再生能源供电和可降解材料制作广告载体，减少对环境的影响。

第一部分 发展现状与前景分析

第一章 全球户外广告行业发展分析

第一节 国际广告行业发展状况

- 一、2023-2024年全球广告经营状况
- 二、2024年世界广告业排名状况分析
- 三、2024年世界广告业发展状况

第二节 世界户外广告行业市场情况

- 一、2024年世界户外广告产业发展现状
- 二、2024年国际户外广告产业发展态势
- 三、2024年国际户外广告市场需求分析
- 四、2024年全球户外广告行业挑战与机会

第三节 部分国家地区户外广告行业发展状况

- 一、2023-2024年美国户外广告行业发展分析
- 二、2023-2024年欧洲户外广告行业发展分析
- 三、2023-2024年日本户外广告行业发展分析
- 四、2023-2024年韩国户外广告行业发展分析

第二章 我国户外广告行业发展现状

第一节 中国户外广告行业发展概述

- 一、中国户外广告发展历程
- 二、中国户外广告的产品类别
- 三、中国的户外广告产业的整合分析
- 四、跨行业合作形势下户外广告的优势

第二节 我国户外广告行业发展状况

- 一、2024年中国户外广告行业发展回顾
- 二、2024年户外广告行业发展情况分析
- 三、2024年我国户外广告市场特点分析
- 四、2024年我国户外广告市场发展分析

第三节 中国户外广告行业供需分析

- 一、2024年中国户外广告市场供给总量分析
- 二、2024年中国户外广告市场供给结构分析
- 三、2024年中国户外广告市场需求总量分析
- 四、2024年中国户外广告市场需求结构分析
- 五、2024年中国户外广告市场供需平衡分析

第三章 中国户外广告受众及投放分析

第一节 户外广告的投放原因及特点

- 一、投放户外广告的原因
- 二、户外广告已成为第三大广告媒体
- 三、户外广告是具有高接受度的广告形式
- 四、户外广告的喜好度存在着地区的差异性
- 五、管理维护存在问题制约户外广告发展的瓶颈

第二节 户外广告受众分析

- 一、受众在户外度过的时间分析
- 二、受众交通工具的选择
- 三、受众接触户外媒体的黄金时间
- 四、受众接触户外媒体的黄金地段
- 五、车身广告是受众接触最多的广告类型

第三节 影响户外广告投放的要素分析

- 一、影响户外广告投放宏观因素分析
- 二、创意是吸引受众的最重要的要素
- 三、媒体组合能提高户外广告可信度
- 四、消费热点决定记忆程度

第四章 户外广告主要形式发展分析

第一节 路牌广告

- 一、路牌广告是最为典型的户外广告形式
- 二、路牌广告的优势
- 三、路牌户外广告关注度最高
- 四、2024年路牌广告发展分析
-

第二节 霓虹灯广告

- 一、霓虹灯色彩价值及作用
- 二、霓虹灯广告牌质量状况分析
- 三、我国霓虹灯广告发展迅速
- 四、2024年霓虹灯广告发展分析
-

第三节 灯箱广告

- 一、灯箱广告概念
- 二、灯箱广告的类型
- 三、户外灯箱广告的特点和制作技术
- 四、灯箱广告图的工艺要求
- 五、2023-2024年灯箱广告发展分析

第四节 公共交通广告

- 一、公共交通广告简介
- 二、车身广告简述
- 三、外资抢食公交广告市场
- 四、车体广告亟待规范
- 五、地铁户外数字广告市场分析
- 六、2023-2024年车身广告发展分析

第五节 户外电视

- 一、2023-2024年中国楼宇/户外液晶广告市场状况
- 二、中国户外电视产业崛起
- 三、中国户外电视广告经营者营销手段解析
- 四、中国户外电视广告业面临洗牌

第六节 机场户外广告

- 一、中国机场户外广告的现状
- 二、中国机场户外广告的特点
- 三、中国机场户外广告的发展趋势
- 四、中国机场媒体发展面临挑战和抉择
- 五、2023-2024年机场广告发展分析

第七节 三面翻广告

- 一、三面翻简介
- 二、我国三面翻行业竞争状况
- 三、我国三面翻市场问题
- 四、2024年三面翻广告发展分析

.....

第八节 其他户外广告形式

- 一、pop广告分析
- 二、热气球广告的优势
- 三、社区广告直指传播终端

第五章 中国户外广告行业区域市场分析

第一节 2024年华北地区户外广告行业分析

- 一、2023-2024年行业发展现状分析
- 二、2023-2024年市场规模情况分析
- 三、2024-2030年市场需求情况分析
- 四、2024-2030年行业发展前景预测
- 五、2024-2030年行业投资风险预测

第二节 2024年东北地区户外广告行业分析

- 一、2023-2024年行业发展现状分析
- 二、2023-2024年市场规模情况分析
- 三、2024-2030年市场需求情况分析
- 四、2024-2030年行业发展前景预测
- 五、2024-2030年行业投资风险预测

第三节 2024年华东地区户外广告行业分析

- 一、2023-2024年行业发展现状分析
- 二、2023-2024年市场规模情况分析
- 三、2024-2030年市场需求情况分析
- 四、2024-2030年行业发展前景预测
- 五、2024-2030年行业投资风险预测

第四节 2024年华南地区户外广告行业分析

- 一、2023-2024年行业发展现状分析

二、2023-2024年市场规模情况分析

三、2024-2030年市场需求情况分析

四、2024-2030年行业发展前景预测

五、2024-2030年行业投资风险预测

第五节 2024年华中地区户外广告行业分析

一、2023-2024年行业发展现状分析

二、2023-2024年市场规模情况分析

三、2024-2030年市场需求情况分析

四、2024-2030年行业发展前景预测

五、2024-2030年行业投资风险预测

第六节 2024年西南地区户外广告行业分析

一、2023-2024年行业发展现状分析

二、2023-2024年市场规模情况分析

三、2024-2030年市场需求情况分析

四、2024-2030年行业发展前景预测

五、2024-2030年行业投资风险预测

第七节 2024年西北地区户外广告行业分析

一、2023-2024年行业发展现状分析

二、2023-2024年市场规模情况分析

三、2024-2030年市场需求情况分析

四、2024-2030年行业发展前景预测

五、2024-2030年行业投资风险预测

第六章 户外广告行业投资与发展前景分析

第一节 2024年户外广告行业投资情况分析

一、2024年总体投资结构

二、2024年投资规模情况

三、2024年投资增速情况

四、2024年分行业投资分析

五、2024年分地区投资分析

第二节 户外广告行业投资机会分析

一、户外广告投资项目分析

二、可以投资的户外广告模式

三、2024年户外广告投资机会

四、2024年户外广告细分行业投资机会

五、2024年户外广告投资新方向

第三节 户外广告行业发展前景分析

- 一、户外广告市场发展前景分析
- 二、我国户外广告市场蕴藏的商机
- 三、媒体竞合下户外广告市场的发展前景
- 四、2024-2030年户外广告市场面临的发展商机

第二部分 市场竞争格局与形势

第七章 户外广告行业竞争格局分析

第一节 户外广告行业集中度分析

- 一、户外广告市场集中度分析
- 二、户外广告企业集中度分析
- 三、户外广告区域集中度分析

第二节 户外广告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
- 五、重点企业综合竞争力对比分析

第三节 户外广告行业竞争格局分析

- 一、2024年户外广告行业竞争分析
- 二、2024年中外户外广告产品竞争分析
- 三、2023-2024年国内外户外广告竞争分析
- 四、2023-2024年我国户外广告市场竞争分析
- 五、2023-2024年我国户外广告市场集中度分析
- 六、2024-2030年国内主要户外广告企业动向

第八章 2024-2030年中国户外广告行业发展形势分析

第一节 户外广告行业发展概况

- 一、户外广告行业发展特点分析
- 二、户外广告行业投资现状分析
- 三、户外广告行业总产值分析
- 四、户外广告行业技术发展分析

第二节 2023-2024年户外广告行业市场情况分析

- 一、户外广告行业市场发展分析
- 二、户外广告市场存在的问题
- 三、户外广告市场规模分析

第三节 2023-2024年户外广告供需状况分析

- 一、户外广告供给分析

二、户外广告需求分析

三、户外广告市场供需状况分析

第三部分 赢利水平与企业分析

第九章 中国户外广告行业整体运行指标分析

第一节 2024年中国户外广告行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业生产规模分析

第二节 2024年中国户外广告行业产销分析

一、行业生产情况总体分析

二、行业销售收入总体分析

第三节 2024年中国户外广告行业财务指标总体分析

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

第十章 户外广告行业赢利水平分析

第一节 成本分析

一、2023-2024年户外广告成本价格走势

二、2023-2024年户外广告行业人工成本分析

第二节 盈利水平分析

一、2023-2024年户外广告行业价格走势

二、2023-2024年户外广告行业营业收入情况

三、2023-2024年户外广告行业毛利率情况

四、2023-2024年户外广告行业赢利能力

五、2023-2024年户外广告行业赢利水平

六、2024-2030年户外广告行业赢利预测

第十一章 户外广告行业盈利能力分析

第一节 2024年中国户外广告行业利润总额分析

一、利润总额分析

二、不同规模企业利润总额比较分析

三、不同所有制企业利润总额比较分析

第二节 2024年中国户外广告行业销售利润率

一、销售利润率分析

二、不同规模企业销售利润率比较分析

三、不同所有制企业销售利润率比较分析

第三节 2024年中国户外广告行业总资产利润率分析

- 一、总资产利润率分析
- 二、不同规模企业总资产利润率比较分析
- 三、不同所有制企业总资产利润率比较分析

第四节 2024年中国户外广告行业产值利税率分析

- 一、产值利税率分析
- 二、不同规模企业产值利税率比较分析
- 三、不同所有制企业产值利税率比较分析

第十二章 户外广告重点企业发展分析

第一节 清晰频道户外广告公司

- 一、企业概况
- 二、2024年经营状况
- 三、2024-2030年盈利能力分析
- 四、2024-2030年投资风险

第二节 德高集团

- 一、企业概况
- 二、2024年经营状况
- 三、2024-2030年盈利能力分析
- 四、2024-2030年投资风险

第三节 tom集团有限公司

- 一、企业概况
- 二、2024年经营状况
- 三、2024-2030年盈利能力分析
- 四、2024-2030年投资风险

第四节 白马户外媒体有限公司

- 一、企业概况
- 二、2024年经营状况
- 三、2024-2030年盈利能力分析
- 四、2024-2030年投资风险

第五节 大贺传媒股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、2024年经营状况
- 三、2024-2030年盈利能力分析
- 四、2024-2030年投资风险

第六节 航美传媒集团有限公司

- 一、企业概况

二、2024年经营状况

三、2024-2030年盈利能力分析

四、2024-2030年投资风险

第七节 华视传媒集团有限公司

一、企业概况

二、2024年经营状况

三、2024-2030年盈利能力分析

四、2024-2030年投资风险

第八节 分众传媒控股有限公司

一、企业概况

二、2024年经营状况

三、2024-2030年盈利能力分析

四、2024-2030年投资风险

第九节 北京首都机场广告有限公司

一、企业概况

二、2024年经营状况

三、2024-2030年盈利能力分析

四、2024-2030年投资风险

第十节 巴士在线传媒有限公司

一、企业概况

二、2024年经营状况

三、2024-2030年盈利能力分析

四、2024-2030年投资风险

第四部分 投资策略与风险预警

第十三章 户外广告行业投资策略分析

第一节 行业发展特征

一、行业的周期性

二、行业的区域性

三、行业的上下游

四、行业经营模式

第二节 行业投资形势分析

一、行业发展格局

二、行业进入壁垒

三、行业swot分析

四、行业五力模型分析

第三节 户外广告行业投资效益分析

- 一、2024年户外广告行业投资状况分析
- 二、2024年户外广告行业投资效益分析
- 三、2024-2030年户外广告行业投资方向
- 四、2024-2030年户外广告行业投资建议

第四节 户外广告行业投资策略研究

- 一、2024年户外广告行业投资策略
-
- 三、2024-2030年户外广告行业投资策略
- 四、2024-2030年户外广告细分行业投资策略

第十四章 户外广告行业投资风险预警

第一节 影响户外广告行业发展的主要因素

- 一、2024年影响户外广告行业运行的有利因素
- 二、2024年影响户外广告行业运行的稳定因素
- 三、2024年影响户外广告行业运行的不利因素
- 四、2024年我国户外广告行业发展面临的挑战
- 五、2024年我国户外广告行业发展面临的机遇

第二节 户外广告行业投资风险预警

- 一、2024-2030年户外广告行业市场风险预测
- 二、2024-2030年户外广告行业政策风险预测
- 三、2024-2030年户外广告行业经营风险预测
- 四、2024-2030年户外广告行业技术风险预测
- 五、2024-2030年户外广告行业竞争风险预测
- 六、2024-2030年户外广告行业其他风险预测

第五部分 发展趋势与规划建议

第十五章 户外广告行业发展趋势分析

第一节 2024-2030年中国户外广告市场趋势分析

- 一、2023-2024年我国户外广告市场趋势总结
- 二、2024-2030年我国户外广告发展趋势分析

第二节 2024-2030年户外广告产品发展趋势分析

- 一、2024-2030年户外广告产品技术趋势分析
- 二、2024-2030年户外广告产品价格趋势分析

第三节 2024-2030年中国户外广告行业供需预测

- 一、2019-2024年中国户外广告供给预测
- 二、2024-2030年中国户外广告需求预测
- 三、2024-2030年中国户外广告价格预测

第四节 2024-2030年户外广告行业规划建议

- 一、户外广告行业“十三五”整体规划
- 二、2024-2030年户外广告行业规划建议

第十六章 企业管理策略建议

第一节 市场策略分析

- 一、户外广告价格策略分析
- 二、户外广告渠道策略分析

第二节 销售策略分析

- 一、媒介选择策略分析
- 二、产品定位策略分析
- 三、企业宣传策略分析

第三节 提高户外广告企业竞争力的策略

- 一、提高中国户外广告企业核心竞争力的对策
- 二、户外广告企业提升竞争力的主要方向
- 三、影响户外广告企业核心竞争力的因素及提升途径
- 四、提高户外广告企业竞争力的策略

第四节 (中智林)对我国户外广告品牌的战略思考

- 一、户外广告实施品牌战略的意义
- 二、户外广告企业品牌的现状分析
- 三、我国户外广告企业的品牌战略
- 四、户外广告品牌战略管理的策略

图表 户外广告产业链分析

图表 户外广告行业生命周期

图表 2023-2024年中国户外广告行业市场规模

图表 2023-2024年全球户外广告产业市场规模

图表 2023-2024年户外广告重要数据指标比较

图表 2023-2024年中国户外广告行业销售情况分析

图表 2023-2024年中国户外广告行业利润情况分析

图表 2023-2024年中国户外广告行业资产情况分析

图表 2023-2024年中国户外广告竞争力分析

图表 2024-2030年中国户外广告市场前景预测

图表 2024-2030年中国户外广告市场价格走势预测

图表 2024-2030年中国户外广告发展前景预测

图表 2024年全球四大广告集团市场份额

图表 全球主流媒体广告支出预测（报纸、杂志、电视、广播、电影、户外、互联网）

图表 全球10大广告支出国的市场份额增长速度

图表 2024年美国各类互联网广告收入比例

图表 中国历年主要行业网络广告支出

图表 2024年全球广告公司收入排名

图表 2019-2024年美国广告市场规模增长趋势图

图表 2019-2024年美国互联网广告市场规模及预测

图表 2019-2024年日本主要媒体广告市场规模

图表 2019-2024年日本主要媒体广告市场规模变动情况

图表 2019-2024年日本互联网广告市场规模及预测

图表 户外媒体广告投放前五行业

图表 户外广告传播效果分析

图表 人们对户外广告的总体看法

图表 户外广告管理中存在的问题比重分析

图表 2019-2024年央视广告收入增长情况

图表 2024年户外广告花费top10品牌

图表 北京各种广告形式营业额比重

图表 2019-2024年广东省广告公司广告营业额情况

图表 2019-2024年全球各地区广告经营额

图表 2019-2024年全球广告市场规模及增速

图表 2024年中国广告媒体结构

图表 中国本土广告公司的swot分析

图表 2019-2024年各类型被访媒体实际广告收入增幅变化情况

图表 主要户外广告关注度结构对比分析

图表 户外广告关注度排名

图表 灯箱广告材料类型

图表 灯箱广告网屏与观察距离的关系

图表 某液体油墨的性能指标

图表 2024年中国楼宇/户外液晶广告市场终端数量市场细分份额

图表 中国户外电视广告经营者宣传策略列表

图表 2019-2024年清晰频道户外广告公司损益表

图表 2019-2024年清晰频道户外广告公司美洲业务部主要经营指标

图表 2019-2024年清晰频道户外广告公司美洲业务部收入来源比例表

图表 2019-2024年清晰频道户外广告公司国际业务部主要经营指标

图表 2019-2024年清晰频道户外广告公司国际业务部收入来源比例表

图表 2019-2024年清晰频道户外广告公司海外市场广告位统计

图表 2019-2024年清晰频道户外广告公司资产负债与现金流量基本情况

图表 2024年清晰频道户外广告公司损益表

.....

图表 2024年清晰频道户外广告公司美洲业务部主要经营指标

图表 2024年清晰频道户外广告公司国际业务部主要经营指标

图表 2019-2024年德高集团主要财务指标数据

图表 2019-2024年德高集团不同业务主要财务指标

图表 2019-2024年德高集团不同地区营业收入情况

图表 德高集团2024年各地区收入比例图

图表 2019-2024年德高集团不同业务媒体收入数据及比例

图表 2019-2024年德高集团不同业务媒体营业利润数据及比例

图表 2019-2024年德高集团不同业务媒体息税前利润数据及比例

图表 截止2024年日德高集团街道设施媒体不同地区广告位数目

图表 2024年德高集团在全球十大机场广告合约持有情况

图表 2024年日德高集团广告大牌媒体不同地区广告位数目

图表 2019-2024年德高集团广告收入不同行业构成情况

图表 2024年德高集团主要财务指标

图表 2024年德高集团不同业务销售收入数据

图表 德高集团2024年不同业务销售收入比重

图表 2024年德高集团不同地区销售收入

图表 2024年德高集团不同业务营业利润数据

图表 2024年德高集团不同业务营业利润率及增减变化情况

图表 2024年德高集团不同业务税息前利润率及增减变化情况

图表 2019-2024年tom集团主要财务指标数据

图表 2024年tom集团分部营业额（按业务划分）

图表 2024年tom集团经营（亏损）/溢利（按国家划分）

图表 2024年tom集团收入组合表（按事业集团划分）

图表 2024年tom集团收入组合表（按地区划分）

图表 2024年tom集团简明综合损益表）

图表 2024年tom集团营业额

图表 2024年tom集团经营亏损）

图表 2024年白马户外媒体综合损益表

图表 2024年白马户外媒体除税前盈利表

图表 2019-2024年白马户外媒体营业额数据

图表 2019-2024年白马户外媒体ebitda数据

图表 2019-2024年白马户外媒体净利润数据

图表 2024年白马户外媒体不同产业客户构成

图表 2024年白马户外媒体营业额业务构成

图表 2024年白马户外媒体营业额地区构成

图表 2024年白马户外媒体主要财务指标

图表 2019-2024年白马户外媒体营业额数据

图表 2019-2024年白马户外媒体ebitda数据

图表 2019-2024年大贺传媒综合损益表

图表 2019-2024年大贺传媒不同业务营业额数据

图表 2019-2024年大贺传媒综合业绩概要

图表 2019-2024年大贺传媒综合资产及负债项目

图表 2024年大贺传媒简明综合收益表

图表 2024年大贺传媒营业额按业务划分情况

图表 海外上市户外媒体公司

图表 部分户外传媒公司融资一览表

图表 分众传媒所并购vc支持的户外媒体公司

图表 中国广告业演变的三个阶段的主要特征

图表 中国广告业结构关系

图表 中国广告业活动过程

图表 广告在品牌传播中对消费者的影响作用

图表 2024年美国广告主及广告代理投放网络广告的主要原因

图表 2019-2024年美国网络广告及广告市场规模

图表 2024年主要行业人才需求占总需求比例图

图表 2024年中国大陆主要报刊广告经营额及增长

图表 2024年各类报纸广告经营额同比增长率

图表 2024年各类杂志广告经营额同比增长率

图表 2024年中国报刊主要行业广告经营额同比增长

图表 2019-2024年全国报刊广告刊登额及增长率

图表 2024年报纸杂志广告总量同比变化

图表 2024年主要报刊、杂志广告份额

图表 2024年主要类别报刊广告份额

图表 2024年重点行业广告活跃度

图表 2019-2024年中国地铁移动电视市场规模

图表 广播广告与其他广告的优劣势比较

图表 受众接触广播与电视的时间习惯比较

图表 中国广播媒体的现状

图表 2019-2024年中国广播广告收入增长情况

图表 中国交通广播广告创收排名表（71家会员单位）

图表 2019-2024年同期网络广告市场状况比较

图表 2019-2024年同期网络广告价值估算
图表 2024年各月top100广告主市场价值估算
图表 2024年各月top100网络媒体市场价值估算
图表 2024年top10广告行业类型
图表 2024年广告价值估算top10广告主推广项目数和创意数
图表 2024年奥运会三个级别广告主网络投放状况
图表 2024年中国品牌网络广告投放费用及增长率
图表 2024年主要网站品牌广告投放费用
图表 2024年中国互联网广告主要厂商市场份额
图表 2019-2024年房地产行业网络广告投放情况
图表 2019-2024年汽车行业网络广告投放情况
图表 2019-2024年韩国移动广告的发展
图表 2024年我国移动广告不同类型收入比例
图表 用户对被动接受移动广告的态度
图表 用户对接受wap广告的态度
图表 2023和2024年全球移动广告收入构成比较
图表 2024年全球移动广告收入发展预测
图表 搜索广告市场竞争
图表 2019-2024年google部分财务数据
图表 wpp在2024年前两个月收购情况
图表 2019-2024年互联网广告与传统通广告增长对比
图表 2019-2024年wpp部分财务数据
略……

订阅“中国户外广告市场调研与发展前景预测报告（2024年）”，编号：1326366，
请致电：400 612 8668、010-6618 1099、010-66182099、010-66183099
Email邮箱：kf@Cir.cn

详细内容：<https://www.cir.cn/6/36/HuWaiGuangGaoShiChangFenXiBaoGao.html>

了解更多，请访问上述链接，以下无内容！！