

中国户外广告行业现状研究分析及市场前景预测报告（2024年）

产业调研网

www.cir.cn

一、基本信息

报告名称： 中国户外广告行业现状研究分析及市场前景预测报告（2024年）

报告编号： 1AA2582 ← 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/2/58/HuWaiGuangGaoFaZhanQuShiFenXi.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

户外广告是一种传统的广告形式，在数字媒体迅速发展的今天依然保持着旺盛的生命力。随着城市化进程的加速，户外广告凭借其覆盖面广、视觉冲击力强等特点，在品牌推广和市场宣传中发挥着重要作用。近年来，随着技术的进步，户外广告的形式和手段也不断创新，如LED显示屏、互动广告牌等，大大增强了广告的效果和吸引力。

未来，户外广告的发展将更加注重技术融合和创意设计。随着5G通信技术的普及和物联网技术的应用，户外广告将更加智能化，能够实现动态内容更新和个性化推送，提高广告的互动性和参与度。此外，随着大数据和人工智能技术的发展，户外广告将能够更好地分析消费者行为，实现精准投放，提高广告效果。同时，创意设计将成为户外广告吸引受众的关键因素，通过新颖的设计理念和表现手法，提升品牌形象和传播效果。

第一部分 产业环境透视

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、哈尔滨市城市户外广告设置管理办法
- 8、广州市户外广告和招牌设置管理办法
- 9、重庆市户外广告管理条例

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

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

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

- 1、美国户外广告行业管理规范
- 2、美国户外广告行业市场规模
- 3、美国户外广告行业需求结构
- 4、美国户外广告行业重点客户

二、欧洲户外广告行业发展分析

- 1、欧洲户外广告行业规模分析
- 2、欧洲户外广告发展形态分析
- 3、欧洲户外广告发布内容分析
- 4、欧洲户外广告行业前景预测

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、印度户外广告行业发展分析

第二部分 行业深度分析

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、行业的集中度明显增加
- 2、广告策划达到专业水准
- 3、户外广告更加重视创意
- 4、广告媒体资源争夺激烈

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
- 三、户外广告投放品牌分析
- 四、户外媒体价格变化分析
- 五、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
- 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

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
- 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

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
 - 1、受众户外时间分析
 - 2、受众交通工具选择
- 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、户外广告受众心理需求分析

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、户外广告媒体类型对效果影响分析

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、提升户外广告的注意力
- 2、增强户外广告的记忆度
- 3、扩张广告的印象空间
- 4、户外广告情感体验设计

二、户外广告投放建议

- 1、户外广告投放时间选择
- 2、户外广告投放地段选择
- 3、户外广告投放媒体类型选择

第三部分 市场全景调研

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、航空电子屏广告市场分析

四、户外电子屏广告市场发展趋势

- 1、户外电子屏广告促进因素分析
- 2、户外电子屏广告市场规模预测

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
- 3、公交车身广告投放效果预测

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、电梯平面广告目标受众

二、电梯平面广告市场现状分析

- 1、电梯平面广告市场发展状况
- 2、电梯平面广告区域市场情况

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

- 1、电梯平面广告到达率评估
- 2、目标受众的评价
- 3、电梯平面广告的效果体现

五、京东商城电梯平面广告投放效果分析

- 1、调研背景分析
- 2、广告到达状况分析
- 3、广告创意分析
- 4、广告投放后产生的影响分析

第四节 户外广告其他细分市场分析

一、射灯广告市场分析

- 1、射灯广告市场发展现状
- 2、射灯广告市场发展趋势

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

1、霓虹灯广告市场发展现状

2、霓虹灯广告市场发展趋势

第四部分 竞争格局分析

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

第八章 2024-2030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

四、户外广告行业主要企业竞争力分析

- 1、重点企业资产总计对比分析
- 2、重点企业从业人员对比分析
- 3、重点企业营业收入对比分析
- 4、重点企业利润总额对比分析
- 5、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、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 2024-2030年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、2024年户外广告行业企业排名分析

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、企业发展概况分析
- 2、企业产品结构分析
- 3、企业发展规模分析
- 4、企业经营业绩分析
- 5、企业经济指标分析
- 6、企业竞争优势分析
- 7、企业最新发展动向

二、分众传媒

- 1、企业发展概况分析
- 2、企业产品结构分析
- 3、企业发展规模分析
- 4、企业经营业绩分析
- 5、企业经济指标分析
- 6、企业竞争优势分析
- 7、企业最新发展动向

三、航美传媒集团

- 1、企业发展概况分析
- 2、企业产品结构分析
- 3、企业发展规模分析
- 4、企业经营业绩分析
- 5、企业经济指标分析
- 6、企业竞争优势分析
- 7、企业最新发展动向

四、大贺传媒股份有限公司

- 1、企业发展概况分析
- 2、企业产品结构分析
- 3、企业发展规模分析
- 4、企业经营业绩分析
- 5、企业经济指标分析
- 6、企业竞争优势分析
- 7、企业最新发展动向

五、白马广告媒体有限公司

1、企业发展概况分析

2、企业产品结构分析

3、企业发展规模分析

4、企业经营业绩分析

5、企业经济指标分析

6、企业竞争优势分析

7、企业最新发展动向

六、触动传媒

1、企业发展概况分析

2、企业产品结构分析

3、企业发展规模分析

4、企业经营业绩分析

5、企业经济指标分析

6、企业竞争优势分析

7、企业最新发展动向

七、华铁传媒

1、企业发展概况分析

2、企业产品结构分析

3、企业发展规模分析

4、企业经营业绩分析

5、企业经济指标分析

6、企业竞争优势分析

7、企业最新发展动向

八、中铁传媒有限公司

1、企业发展概况分析

2、企业产品结构分析

3、企业发展规模分析

4、企业经营业绩分析

5、企业经济指标分析

6、企业竞争优势分析

7、企业最新发展动向

九、华语传媒

1、企业发展概况分析

2、企业产品结构分析

3、企业发展规模分析

4、企业经营业绩分析

- 5、企业经济指标分析
- 6、企业竞争优势分析
- 7、企业最新发展动向
- 十、迪岸传媒集团
 - 1、企业发展概况分析
 - 2、企业产品结构分析
 - 3、企业发展规模分析
 - 4、企业经营业绩分析
 - 5、企业经济指标分析
 - 6、企业竞争优势分析
 - 7、企业最新发展动向

第五部分 发展前景展望

第十章 2024-2030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 2024-2030年户外广告市场发展前景

- 一、2024-2030年户外广告市场发展潜力
- 二、2024-2030年户外广告市场发展前景展望
- 三、2024-2030年户外广告细分行业发展前景分析

第三节 2024-2030年户外广告市场发展趋势预测

- 一、2024-2030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、2024-2030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、2024-2030年户外广告行业应用趋势预测
- 四、2024-2030年细分市场发展趋势预测

第四节 2024-2030年中国户外广告行业供需预测

- 一、2024-2030年中国户外广告行业供给预测
- 二、2024-2030年中国户外广告行业产量预测
- 三、2024-2030年中国户外广告行业需求预测
- 四、2024-2030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 2024-2030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 2024-2030年户外广告行业投资价值评估分析

- 一、行业投资效益分析
 - 1、行业活力系数比较及分析
 - 2、行业投资收益率比较及分析
 - 3、行业投资效益评估
- 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 2024-2030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
- 四、户外广告行业投资现状分析

第二节 2024-2030年户外广告行业投资机会

- 一、产业链投资机会
- 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 2024-2030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

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

二、户外广告行业主要投资建议

三、中国户外广告企业融资分析

第六部分 发展战略研究

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、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、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

第四节 户外广告行业投资战略研究

一、2024-2030年户外广告行业投资战略

二、2024-2030年细分行业投资战略

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

第二节 户外广告子行业研究结论及建议

第三节 中~智林~ 济研：户外广告行业发展建议

一、行业发展策略建议

二、行业投资方向建议

三、行业投资方式建议

图表目录

图表 户外广告行业生命周期

图表 户外广告行业产业链结构

图表 2019-2024年全球户外广告行业市场规模

图表 2019-2024年中国户外广告行业市场规模

图表 2019-2024年户外广告行业重要数据指标比较

图表 2019-2024年中国户外广告市场占全球份额比较

图表 我国户外广告投放额及同比增速

图表 2019-2024年主要细分行业广告支出及同比增速

图表 2019-2024年主要细分行业对广告行业增长的贡献率

图表 户外广告投放额前十企业对比

图表 2019-2024年top10广告主的投放额占比

图表 2019-2024年top10广告主的集中度

图表 户外广告行业利润高的原因

图表 各类型广告公司盈利能力

图表 户外广告行业发展面临的威胁

图表 户外广告行业发展面临的机遇

图表 不同地区户外广告受众偏好分析

图表 不同媒体的户外广告受众偏好分析

图表 户外广告内部要素刺激

图表 户外广告与周围环境的配合分析

图表 户外广告的重复策略

图表 广告信息简洁恰当分析

图表 户外电子屏广告服务模式

图表 中国户外电子屏广告主要种类

图表 2019-2024年中国户外电子屏广告市场整体规模及同比增速

图表 2019-2024年中国户外电子屏广告市场整体规模按季度同比增速

图表 中国户外电子屏广告收入市场份额

图表 2019-2024年中国户外电子屏广告投放媒介结构

图表 2019-2024年中国户外电子屏广告投放媒介结构（按投放金额）

图表 2019-2024年中国公交地铁电子屏广告市场规模及同比增速

图表 中国公交地铁电子屏厂商收入规模竞争格局

图表 2019-2024年中国商业楼宇电子屏广告市场规模及同比增速

图表 中国商业楼宇电子屏厂商收入规模竞争格局

图表 2019-2024年中国航空电子屏广告市场规模及同比增速

图表 中国航空电子屏厂商收入规模

图表 2024-2030年中国户外电子屏广告市场规模及预测

略……

订阅“中国户外广告行业现状研究分析及市场前景预测报告（2024年）”，编号：1AA2582，

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/2/58/HuWaiGuangGaoFaZhanQuShiFenXi.html>

了解更多，请访问上述链接，以下无内容！！