

2020-2026年中国户外广告 行业分析与市场供需预测报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2020-2026年中国户外广告行业分析与市场供需预测报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202009/188691.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

户外广告是在建筑物外表或街道、广场等室外公共场所设立的霓虹灯、广告牌、海报等。户外广告是面向所有的公众，所以比较难以选择具体目标对象，但是户外广告可以在固定的地点长时期地展示企业的形象及品牌，因而对于提高企业和品牌的知名度是很有效的。

视频媒体为户外广告的重点媒体投放趋势，其中楼宇液晶稳居首位。2017年上半年，视频媒体的投放额同比增长20%，其中楼宇液晶稳居首位，2017年上半年投放额为187.9亿元，地铁电子屏、地铁电视、公交电视2017年上半年投放额分别为10.3亿元、25.4亿元、18.8亿元。2017年上半年视频媒体各细分类型投放额对比（单位：亿元）

分地域来看，各级城市户外广告投放额均逐年上升，其中，三级城市增速最快，2017年上半年同比增速22%，较上年同期增长了11个百分点。在一二线城市中，广州的投放额增长最快，2017年上半年实际增长16%，超过北京（5%）、上海（-2%）、深圳（+9%），主要源于阳光100阿尔勒、有心二手车交易平台、美食台微博、我主良缘等品牌的大量投放；二级城市中，重庆、杭州、大连的投放额实际增长超过10%；三级市场中，投放额实际增长普遍较高，青岛、郑州、宁波、长春、福州的增速均超过15%。2017年上半年各级市场户外广告投放额同比增速（单位：%）

中企顾问网发布的《2020-2026年中国户外广告行业分析与市场供需预测报告》共七章。首先介绍了户外广告行业市场发展环境、户外广告整体运行态势等，接着分析了户外广告行业市场运行的现状，然后介绍了户外广告市场竞争格局。随后，报告对户外广告做了重点企业经营状况分析，最后分析了户外广告行业发展趋势与投资预测。您若想对户外广告产业有个系统的了解或者想投资户外广告行业，本报告是您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。

报告目录：

第一章 户外广告产业概述

第一节 户外广告行业定义与分类

一、户外广告行业的概念及定义

二、户外广告行业主要产品分类

三、户外广告的特征

四、户外广告的特色功能

第二节 户外广告行业产业链分析

一、户外广告行业产业链简介

二、产业链上游发展分析

三、产业链下游发展分析

四、上下游行业影响分析

第二章 国际户外广告所属行业发展动向与趋势分析

第一节 全球户外广告行业发展分析

一、全球户外广告行业的现状

二、全球的户外广告行业的规模

三、全球户外广告行业的发展趋势

第二节 重要国家的户外广告行业发展分析

一、美国户外广告行业的发展分析

二、欧盟户外广告行业的发展分析

三、英国户外广告行业的发展分析

四、日本户外广告行业的发展分析

第三章 我国户外广告行业的市场环境分析及影响分析（pest）

第一节 户外广告行业政治法律环境（p）

一、行业监管部门分析

二、行业监管体制分析

三、行业相关法律法规和政策

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

三、户外广告及相关行业经济形势

四、相关行业经济对户外广告行业的影响分析

第三节 行业社会环境分析（s）

一、户外广告行业社会环境

二、社会环境对行业的影响

第四节 行业技术环境分析（t）

第四章 我国户外广告所属行业运行现状分析

第一节 我国户外广告行业发展状况分析

- 一、我国户外广告行业发展阶段
- 二、我国户外广告行业发展总体概况
- 三、我国户外广告行业发展特点分析

第二节 我国户外广告行业发展现状

- 一、我国户外广告行业市场规模
- 二、我国户外广告行业发展分析2017年上半年各级主要城市广告投放额增幅（单位：%）
- 三、我国户外广告企业发展分析

第三节 我国户外广告行业经济指标分析

- 一、我国户外广告行业的盈利能力分析
- 二、我国户外广告行业的运营能力分析
- 三、我国户外广告行业的偿债能力分析
- 四、我国户外广告行业的发展能力分析

第五章 2013-2019年我国户外广告所属行业市场供需形势分析

第一节 2013-2019年户外广告行业供给分析

- 一、户外广告行业供给方分析
- 二、户外广告行业数量分析
- 三、不同户外广告供给比重分析

第二节 2013-2019年户外广告行业需求分析

- 一、户外广告行业需求方分析
- 二、不同类型户外广告需求的比重分析

第三节 2013-2019年户外广告行业供需平衡分析

- 一、户外广告供给方和需求方的关系
- 二、户外广告行业供需平衡分析

第六章 2020-2026年户外广告所属行业竞争形势

第一节 行业总体市场竞争状况分析

- 一、户外广告行业竞争市场概述
- 二、户外广告行业集中度分析

三、户外广告行业SWOT分析

第二节 户外广告行业竞争结构分析

一、户外广告行业现有竞争者分析

二、户外广告行业新进入者分析

三、户外广告行业替代品威胁

四、户外广告行业上游议价能力

五、户外广告行业下游议价能力

第三节 2013-2019年户外广告行业竞争格局分析

一、2013-2019年国内外户外广告竞争分析

二、2013-2019年我国户外广告市场竞争分析

三、2013-2019年我国户外广告市场集中度分析

四、2013-2019年国内主要户外广告企业动向

第七章 2020-2026年户外广告行业竞争格局分析

第一节 不同地点户外广告竞争格局

一、码头广告竞争分析

二、地铁广告竞争分析

三、公交车广告竞争分析

四、候车厅广告竞争分析

五、路标广告竞争分析

六、车站广告竞争分析

第二节 不同传播媒介户外广告竞争格局

一、墙面广告竞争分析

二、三面翻广告竞争分析

三、无照明广告竞争分析

四、电子屏广告竞争分析

五、电梯广告竞争分析

第三节 不同级别城市户外广告竞争格局分析

一、一线城市户外广告竞争分析

二、二三线城市户外广告竞争分析

第八章 户外广告行业竞争策略分析

第一节 户外广告市场竞争策略分析

一、2019年户外广告市场增长潜力分析

二、2019年户外广告主要潜力项目分析

三、现有户外广告竞争策略分析

四、户外广告潜力项目竞争策略选择

五、典型企业项目竞争策略分析

第二节 户外广告企业竞争策略分析

一、2020-2026年我国户外广告市场竞争趋势

二、2020-2026年户外广告行业竞争格局展望

三、2020-2026年户外广告行业竞争策略分析

四、2020-2026年户外广告企业竞争策略分析

第九章 2020-2026年我国户外广告重点企业分析

第一节 分众传媒控股有限公司

一、企业简介

二、企业竞争力分析

三、企业经营情况分析

四、企业发展战略分析

第二节 华视传媒集团有限公司

一、企业简介

二、企业竞争力分析

三、企业经营情况分析

四、企业发展战略分析

第三节 航美传媒集团有限公司

一、企业简介

二、企业竞争力分析

三、企业经营情况分析

四、企业发展战略分析

第四节 北京首都机场广告有限公司

一、企业简介

二、企业竞争力分析

三、企业经营情况分析

四、企业发展战略分析

第五节 巴士在线控股有限公司

一、企业简介

二、企业竞争力分析

三、企业经营情况分析

四、企业发展战略分析

第六节 世通华纳传媒控股有限公司

一、企业简介

二、企业竞争力分析

三、企业经营情况分析

四、企业发展战略分析

第十章 2020-2026年户外广告行业前景及趋势预测

第一节 2020-2026年户外广告市场发展前景

一、户外广告行业市场规模预测

二、户外广告行业产品结构预测

三、户外广告行业企业数量预测

第二节 2020-2026年我国户外广告行业供需预测

一、2020-2026年我国户外广告行业供给预测

二、2020-2026年我国户外广告行业需求预测

三、2020-2026年我国户外广告行业供需平衡预测

第三节 2020-2026年中国各类型户外广告未来发展预测

一、霓虹灯广告应用前景广泛

二、灯箱广告市场潜力巨大

三、我国公交移动电视广告未来的发展趋势

四、中国机场户外广告的发展趋势

第十一章 2020-2026年户外广告行业投资价值评估

第一节 我国户外广告行业投资现状分析

一、户外广告行业投资现状

二、户外广告行业投资形势

三、户外广告行业投资机遇

四、户外广告行业投资风险

第二节 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

第三节 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

第四节 2020-2026年户外广告行业投资价值评估分析

第十二章 研究结论及投资建议（）

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 户外广告行业投资建议

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 户外广告的分类

图表 美国户外广告市场规模

图表 欧盟户外广告市场规模

图表 韩国户外广告市场规模

图表 日本户外广告市场规模

图表 2013-2019年我国城镇居民可支配收入增长趋势图

图表 2013-2019年我国农村居民人均纯收入增长趋势图

图表 2013-2019年中国城乡居民人均收入增长对比图

图表 2013-2019年中国城乡居民恩格尔系数对比表

图表 2013-2019年我国社会固定资产投资额走势图

图表 2013-2019年我国城乡固定资产投资额对比图

图表 2013-2019年我国户外广告行业市场规模

图表 2013-2019年我国户外广告行业的发行数量

图表 2013-2019年我国户外广告行业的营运能力

图表 2013-2019年我国户外广告行业供应数量

图表 2013-2019年我国户外广告行业需求数量

图表 2020-2026年我国户外广告行业市场规模预测

图表 2020-2026年我国户外广告行业市场结构预测

图表 2020-2026年我国户外广告行业盈利情况预测

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202009/188691.html>