|  |
| --- |
| [2024-2030年中国户外广告行业发展全面调研与未来趋势分析报告](https://www.20087.com/3/55/HuWaiGuangGaoXianZhuangYuFaZhanQ.html) |



#### [中国市场调研网](https://www.20087.com/)

[www.20087.com](https://www.20087.com/)

一、基本信息

|  |  |
| --- | --- |
| 名称： | [2024-2030年中国户外广告行业发展全面调研与未来趋势分析报告](https://www.20087.com/3/55/HuWaiGuangGaoXianZhuangYuFaZhanQ.html) |
| 报告编号： | 2519553　　←电话咨询时，请说明该编号。 |
| 市场价： | 电子版：8200 元　　纸介＋电子版：8500 元 |
| 优惠价： | 电子版：7360 元　　纸介＋电子版：7660 元　　可提供增值税专用发票 |
| 咨询电话： | 400 612 8668、010-66181099、010-66182099、010-66183099 |
| Email： | Kf@20087.com |
| 在线阅读： | [<https://www.20087.com/3/55/HuWaiGuangGaoXianZhuangYuFaZhanQ.html>](https://www.20087.com/2/95/ZhiNengXiWanJiShiChangQianJingYuCe.html) |
| 温馨提示： | 订购英文、日文等版本报告，请拨打订购咨询电话或发邮件咨询。 |

二、内容简介

　　户外广告是传统媒体的重要组成部分，近年来面临数字化转型的挑战与机遇。从静态的广告牌到动态的LED显示屏，户外广告的形式和内容变得更为丰富和引人注目。数字户外广告（DOOH）的兴起，使广告投放更加精准和互动，能够根据时间和地点变化展示不同的广告内容。然而，户外广告的高昂成本、城市空间的有限性以及对公共空间美学和居民生活的潜在影响，是行业需要平衡的问题。
　　未来，户外广告将更加注重创意和科技融合。一方面，通过增强现实（AR）和虚拟现实（VR）技术，创造沉浸式和互动性的广告体验，吸引观众注意力。另一方面，户外广告将更加注重数据驱动的精准投放，利用大数据分析，实现广告内容与目标受众的精准匹配。同时，随着城市规划对公共空间的优化，户外广告将更加注重与城市景观的和谐共存，提升广告的艺术性和文化价值。
　　《[2024-2030年中国户外广告行业发展全面调研与未来趋势分析报告](https://www.20087.com/3/55/HuWaiGuangGaoXianZhuangYuFaZhanQ.html)》通过对行业现状的深入剖析，结合市场需求、市场规模等关键数据，全面梳理了户外广告产业链。户外广告报告详细分析了市场竞争格局，聚焦了重点企业及品牌影响力，并对价格机制和户外广告细分市场特征进行了探讨。此外，报告还对市场前景进行了展望，预测了行业发展趋势，并就潜在的风险与机遇提供了专业的见解。户外广告报告以科学、规范、客观的态度，为相关企业和决策者提供了权威的行业分析和战略建议。

第一章 户外广告行业发展综述
　　1.1 户外广告行业概述
　　　　1.1.1 户外广告的定义
　　　　1.1.2 户外广告的分类
　　　　（1）按媒体所处位置分类
　　　　（2）按广告表现性质分类
　　　　（3）按表现形式不同分类
　　　　（4）其他形式的分类
　　　　1.1.3 户外广告的特征
　　　　（1）形态特征
　　　　（2）传播特征
　　　　1.1.4 户外广告发布流程
　　　　（1）申请户外广告具备的条件
　　　　（2）申请发布户外广告的程序
　　　　1.1.5 户外广告行业的地位及作用
　　　　（1）与城市建设的关系
　　　　（2）与城市文化形象的关系
　　　　（3）与城市经济发展的关系
　　1.2 户外广告行业种群分析
　　　　1.2.1 媒介生态种群概述
　　　　（1）媒介生态种群定义
　　　　（2）媒介生态种群特征
　　　　1.2.2 户外广告行业种群结构分析
　　　　（1）户外广告行业的主要种群
　　　　（2）户外广告行业的种群间关系
　　　　1.2.3 户外广告行业种群矛盾分析
　　　　（1）广告主种群与广告媒介种群矛盾
　　　　（2）广告公司种群内部矛盾
　　　　（3）广告公司种群与资本种群间矛盾
　　1.3 户外广告行业发展环境分析
　　　　1.3.1 行业管理规范
　　　　（1）行业监管部门
　　　　（2）行业法规政策
　　　　（3）行业相关标准
　　　　1.3.2 经济环境分析
　　　　（1）国际宏观经济环境分析
　　　　（2）国内宏观经济环境分析
　　　　（3）宏观环境对本行业影响
　　　　1.3.3 社会环境分析
　　　　（1）文化环境分析
　　　　（2）消费情况分析
　　　　（3）城市环境分析

第二章 户外广告行业发展分析
　　2.1 国际户外广告行业发展分析
　　　　2.1.1 国际户外广告行业发展历程
　　　　2.1.2 国际户外广告行业整体状况
　　　　2.1.3 美国户外广告行业发展分析
　　　　2.1.4 欧洲户外广告行业发展分析
　　　　2.1.5 亚洲国家户外广告行业发展分析
　　　　2.1.6 国际户外广告行业趋势预测分析
　　2.2 中国户外广告行业发展历程分析
　　　　2.2.1 中国户外广告行业发展历程
　　　　（1）恢复发展期
　　　　（2）改革发展期
　　　　（3）膨胀发展期
　　　　（4）平稳发展期
　　　　（5）迅速发展期
　　　　2.2.2 中国户外广告行业发展现状
　　　　（1）行业集中度明显增加
　　　　（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
　　2.3 中国户外广告行业市场调研
　　　　2.3.1 户外广告行业市场规模分析
　　　　2.3.2 户外广告投放品牌分析
　　　　2.3.3 户外广告投放行业调研
　　　　2.3.4 户外媒体价格变化分析
　　　　2.3.5 户外广告行业利润分析
　　2.4 中国户外广告行业竞争分析
　　　　2.4.1 户外广告行业竞争状况分析
　　　　（1）户外广告行业竞争现状分析
　　　　（2）户外广告行业竞争格局分析
　　　　（3）户外广告行业潜在威胁分析
　　　　2.4.2 户外广告行业投资兼并与重组分析
　　2.5 中国户外广告行业发展挑战与机遇
　　　　2.5.1 户外广告行业发展的挑战
　　　　2.5.2 户外广告行业发展的机遇

第三章 户外广告受众及投放效果分析
　　3.1 户外广告受众分析
　　　　3.1.1 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
　　　　3.1.2 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
　　　　3.1.3 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
　　　　3.1.4 户外广告受众心理需求分析
　　3.2 户外广告投放效果分析
　　　　3.2.1 户外广告环境对投放效果影响分析
　　　　3.2.2 户外广告创意对投放效果影响分析
　　　　3.2.3 户外广告投放时机对效果影响分析
　　　　3.2.4 户外广告媒体类型对效果影响分析
　　3.3 户外广告设计及投放建议
　　　　3.3.1 户外广告设计策略
　　　　（1）提升户外广告的注意力
　　　　（2）增强户外广告的记忆度
　　　　（3）扩张广告的想象空间
　　　　（4）户外广告情感体验设计
　　　　3.3.2 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

第四章 户外广告行业主要细分市场调研
　　4.1 户外电子屏广告市场调研
　　　　4.1.1 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
　　　　4.1.2 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
　　　　（3）户外电子屏广告主规模
　　　　4.1.3 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调研
　　　　（3）商业楼宇电子屏广告市场调研
　　　　（4）航空电子屏广告市场调研
　　　　4.1.4 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
　　4.2 公交车身广告市场调研
　　　　4.2.1 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
　　　　4.2.2 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
　　　　4.2.3 公交车身广告投放情况分析
　　　　（1）公交车身广告投放行业调研
　　　　（2）公交车身广告投放品牌分析
　　　　4.2.4 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
　　4.3 电梯平面广告市场调研
　　　　4.3.1 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
　　　　4.3.2 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
　　　　4.3.3 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调研
　　　　（3）电梯平面广告投放品牌分析
　　　　4.3.4 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
　　4.4 户外广告其他细分市场调研
　　　　4.4.1 射灯广告市场调研
　　　　（1）射灯广告市场发展现状
　　　　（2）射灯广告市场发展趋势
　　　　4.4.2 候车亭广告市场调研
　　　　（1）候车亭广告市场发展现状
　　　　（2）候车亭广告市场发展趋势
　　　　4.4.3 单立柱广告市场调研
　　　　（1）单立柱广告市场发展现状
　　　　（2）单立柱广告市场发展趋势
　　　　4.4.4 霓虹灯广告市场调研
　　　　（1）霓虹灯广告市场发展现状
　　　　（2）霓虹灯广告市场发展趋势

第五章 户外广告行业区域市场调研
　　5.1 户外广告行业市场区域发展概况
　　5.2 一线城市户外广告行业市场调研
　　　　5.2.1 一线城市户外广告行业市场发展概况
　　　　5.2.2 北京市户外广告行业市场发展分析
　　　　（1）北京市户外广告行业管理规范
　　　　（2）北京市户外广告行业市场现状
　　　　（3）北京市户外广告媒体资源分析
　　　　（4）北京市户外广告行业竞争情况
　　　　5.2.3 上海市户外广告行业市场发展分析
　　　　5.2.4 广州市户外广告行业市场发展分析
　　　　5.2.5 深圳市户外广告行业市场发展分析
　　5.3 二、三线城市户外广告行业市场调研
　　　　5.3.1 二、三线城市户外广告行业市场发展概况
　　　　5.3.2 武汉市户外广告行业市场发展分析
　　　　5.3.3 南京市户外广告行业市场发展分析
　　　　5.3.4 杭州市户外广告行业市场发展分析
　　　　5.3.5 成都市户外广告行业市场发展分析
　　　　5.3.6 长沙市户外广告行业市场发展分析
　　　　5.3.7 重庆市户外广告行业市场发展分析

第六章 户外广告行业领先企业经营分析
　　6.1 户外广告行业企业总体发展状况
　　6.2 户外广告行业领先企业经营分析
　　　　6.2.1 分众传媒控股有限公司经营情况分析
　　　　（1）企业发展简况分析
　　　　（2）主要经济指标分析
　　　　6.2.2 华视传媒集团有限公司经营情况分析
　　　　（1）企业发展简况分析
　　　　（2）主要经济指标分析
　　　　（3）企业组织架构分析
　　　　（4）企业产品服务分析
　　　　（5）企业户外媒体资源分析
　　　　（6）企业服务区域分析
　　　　（7）企业经营状况优劣势分析
　　　　（8）企业最新发展动向分析
　　　　6.2.3 航美传媒集团经营情况分析
　　　　6.2.4 海南白马广告媒体投资有限公司经营情况分析
　　　　6.2.5 德高中国集团经营情况分析

第七章 中^智^林　2024-2030年户外广告行业投资分析与趋势分析
　　7.1 户外广告行业投资分析
　　　　7.1.1 户外广告行业投资特性分析
　　　　7.1.2 户外广告行业投资现状分析
　　　　7.1.3 户外广告行业投资前景分析
　　　　7.1.4 户外广告行业投资机会分析
　　7.2 户外广告市场趋势调查
　　　　7.2.1 户外广告行业发展趋势分析
　　　　7.2.2 户外广告行业趋势预测
　　7.3 投资建议
　　　　7.3.1 户外广告行业投资价值
　　　　7.3.2 户外广告行业可投资方向
　　　　7.3.3 户外广告行业投资方式建议

图表目录
　　图表 2019-2024年全球广告行业市场规模统计：百万美元
　　图表 2024年全球广告市场区域分布
　　图表 2019-2024年全球各区域广告市场份额变动趋势
　　图表 2023-2024年美国广告行业需求分布：百万美元
　　图表 2023-2024年美国前二十大广告主广告支出：百万美元
　　图表 2019-2024年日本广告业市场规模及占gdp比重分析：十亿日元
　　图表 2019-2024年英国广告行业市场规模：亿美元
　　图表 2024年英国广告行业支出分布
　　图表 2019-2024年俄罗斯搜索引擎巨头yandex广告收入：十亿卢布
　　图表 2023-2024年俄罗斯广告市场规模及细分市场概况：十亿卢布
　　图表 2024-2030年全球广告行业市场规模测算：百万美元
　　图表 2019-2024年omnicom集团营收状况：百万美元
　　图表 2024年omnicom集团收入区域分布：百万美元
　　图表 2024年omnicom集团市场分布
　　图表 2023-2024年omnicom集团收入结构：百万美元
　　图表 2024年omnicom集团业务结构（按收入）
　　图表 2019-2024年wpp集团收入走势图：百万英镑
　　图表 2024年wpp集团主营业务构成
　　图表 2023-2024年wpp集团各业务收入变动趋势
　　图表 2024年wpp集团收入来源区域分布
　　图表 2023-2024年wpp集团各区域市场收入变动趋势
　　图表 2024年wpp集团与行业主要竞争对手区域收入对比：十亿美元
　　图表 wpp集团发展历程
　　图表 2019-2024年interpublic group营收状况：百万美元
　　图表 2023-2024年interpublic group收入部门分布：百万美元
　　图表 2019-2024年ipg公司收入各区域占比
　　图表 2023-2024年ipg公司收入区域分布：百万美元
　　图表 2019-2024年中国广告市场规模：亿元
　　图表 2019-2024年中国广告需求分布（按领域）
　　图表 2019-2024年中国广告分布格局（按投放平台）
　　图表 2019-2024年分众传媒控股有限公司主要经济指标走势
　　图表 2019-2024年分众传媒控股有限公司经营收入走势
　　图表 2019-2024年分众传媒控股有限公司盈利指标走势
　　图表 2019-2024年分众传媒控股有限公司负债情况
　　图表 2019-2024年分众传媒控股有限公司负债指标走势
　　图表 2019-2024年分众传媒控股有限公司运营能力指标走势
　　图表 2019-2024年分众传媒控股有限公司成长能力指标走势
　　图表 2019-2024年华视传媒集团有限公司主要经济指标走势
　　图表 2019-2024年华视传媒集团有限公司经营收入走势
　　图表 2019-2024年华视传媒集团有限公司盈利指标走势
　　图表 2019-2024年华视传媒集团有限公司负债情况
　　图表 2019-2024年华视传媒集团有限公司负债指标走势
　　图表 2019-2024年华视传媒集团有限公司运营能力指标走势
　　图表 2019-2024年华视传媒集团有限公司成长能力指标走势
　　图表 2019-2024年航美传媒集团主要经济指标走势
　　图表 2019-2024年航美传媒集团经营收入走势
　　图表 2019-2024年航美传媒集团盈利指标走势
　　图表 2019-2024年航美传媒集团负债情况
　　图表 2019-2024年航美传媒集团负债指标走势
　　图表 2019-2024年航美传媒集团运营能力指标走势
　　图表 2019-2024年航美传媒集团成长能力指标走势
　　图表 2019-2024年海南白马广告媒体投资有限公司主要经济指标走势
　　图表 2019-2024年海南白马广告媒体投资有限公司经营收入走势
　　图表 2019-2024年海南白马广告媒体投资有限公司盈利指标走势
　　图表 2019-2024年海南白马广告媒体投资有限公司负债情况
　　图表 2019-2024年海南白马广告媒体投资有限公司负债指标走势
　　图表 2019-2024年海南白马广告媒体投资有限公司运营能力指标走势
　　图表 2019-2024年海南白马广告媒体投资有限公司成长能力指标走势
略……

了解《[2024-2030年中国户外广告行业发展全面调研与未来趋势分析报告](https://www.20087.com/3/55/HuWaiGuangGaoXianZhuangYuFaZhanQ.html)》，报告编号：2519553，

请致电：400-612-8668、010-66181099、66182099、66183099，

Email邮箱：Kf@20087.com

详细介绍：<https://www.20087.com/3/55/HuWaiGuangGaoXianZhuangYuFaZhanQ.html>

了解更多，请访问上述链接，以下无内容！