|  |
| --- |
| [2024-2030年中国户外广告行业研究分析与市场前景预测报告](https://www.20087.com/9/02/HuWaiGuangGaoShiChangQianJingFenXi.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研究分析与市场前景预测报告](https://www.20087.com/9/02/HuWaiGuangGaoShiChangQianJingFenXi.html) |
| 报告编号： | 3616029　　←电话咨询时，请说明该编号。 |
| 市场价： | 电子版：8500 元　　纸介＋电子版：8800 元 |
| 优惠价： | 电子版：7600 元　　纸介＋电子版：7900 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/9/02/HuWaiGuangGaoShiChangQianJingFenXi.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

　　户外广告是一种传统而有效的营销手段，在数字化转型的背景下依然保持着其独特的优势。随着城市化进程的加快和交通网络的扩展，户外广告的曝光机会增多，形式也更加多样化，包括LED显示屏、公交车站广告牌、地铁车厢广告等。此外，随着数字技术的应用，户外广告正朝着智能化方向发展，如互动屏幕和基于位置的服务等，这些新技术的应用大大增强了广告的吸引力和互动性。  
　　未来，户外广告的发展将更加注重技术和创意的融合。一方面，随着5G网络和物联网技术的发展，户外广告将更加智能化，能够根据受众的位置、时间和行为提供个性化的广告内容，提高广告的有效性和转化率。另一方面，创意将成为户外广告的核心竞争力，通过结合AR（增强现实）、VR（虚拟现实）等技术，创造沉浸式的广告体验，吸引更多消费者的注意。此外，户外广告将更加注重数据驱动的策略制定，通过收集和分析消费者行为数据，优化广告投放策略。  
　　《[2024-2030年中国户外广告行业研究分析与市场前景预测报告](https://www.20087.com/9/02/HuWaiGuangGaoShiChangQianJingFenXi.html)》深入剖析了当前户外广告行业的现状与市场需求，详细探讨了户外广告市场规模及其价格动态。户外广告报告从产业链角度出发，分析了上下游的影响因素，并进一步细分市场，对户外广告各细分领域的具体情况进行探讨。户外广告报告还根据现有数据，对户外广告市场前景及发展趋势进行了科学预测，揭示了行业内重点企业的竞争格局，评估了品牌影响力和市场集中度，同时指出了户外广告行业面临的风险与机遇。户外广告报告旨在为投资者和经营者提供决策参考，内容权威、客观，是行业内的重要参考资料。  
  
第一章 户外广告相关概述  
第二章 2019-2024年广告行业总体发展分析  
　　2.1 全球广告行业发展分析  
　　　　2.1.1 全球广告市场规模  
　　　　2.1.2 全球广告区域布局  
　　　　2.1.3 全球广告渠道分布  
　　　　2.1.4 全球互联网广告分析  
　　　　2.1.5 全球广告市场展望  
　　2.2 中国广告行业发展综述  
　　　　2.2.1 行业发展历程  
　　　　2.2.2 行业监督环境  
　　　　2.2.3 行业产业链分析  
　　　　2.2.4 新税制的出台  
　　　　2.2.5 营销方式转型  
　　2.3 中国广告市场运行分析  
　　　　2.3.1 广告市场规模  
　　　　2.3.2 广告市场结构  
　　　　2.3.3 产业发展指数  
　　　　2.3.4 企业运营状况  
　　2.4 中国互联网广告发展分析  
　　　　2.4.1 互联网广告市场规模  
　　　　2.4.2 互联网广告行业分布  
　　　　2.4.3 互联网广告平台分布  
　　　　2.4.4 互联网广告企业布局  
　　　　2.4.5 互联网广告专利申请  
　　　　2.4.6 互联网广告发展预测  
　　2.5 广告行业存在的问题及对策建议  
　　　　2.5.1 广告行业发展面临的挑战  
　　　　2.5.2 广告传播中存在的问题  
　　　　2.5.3 互联网广告业发展困境  
　　　　2.5.4 互联网广告业发展建议  
　　　　2.5.5 广告行业负面效应对策  
  
第三章 2019-2024年全球户外广告行业分析  
　　3.1 世界户外广告行业概况  
　　　　3.1.1 全球户外广告发展特点  
　　　　3.1.2 全球户外广告市场规模  
　　　　3.1.3 全球户外广告设计要点  
　　　　3.1.4 全球户外广告关键技术  
　　　　3.1.5 全球户外广告创意案例  
　　3.2 部分国家户外广告的发展分析  
　　　　3.2.1 欧洲  
　　　　3.2.2 北美  
　　　　3.2.3 英国  
　　　　3.2.4 德国  
　　　　3.2.5 日本  
  
第四章 2019-2024年中国户外广告业发展分析  
　　4.1 户外广告行业发展综述  
　　　　4.1.1 行业发展热点  
　　　　4.1.2 行业发展形势  
　　　　4.1.3 市场发展规模  
　　　　4.1.4 品类支出格局  
　　　　4.1.5 企业运营情况  
　　　　4.1.6 未来发展逻辑  
　　4.2 户外广告消费者关注度分析  
　　　　4.2.1 媒介广告关注情况  
　　　　4.2.2 广告的购买转化率  
　　　　4.2.3 消费者关注度概况  
　　4.3 新媒体时代户外广告发展分析  
　　　　4.3.1 新媒体时代户外广告价值  
　　　　4.3.2 户外新媒体广告相关介绍  
　　　　4.3.3 户外新媒体广告发展现状  
　　　　4.3.4 户外新媒体广告营销困境  
　　　　4.3.5 户外新媒体广告营销建议  
　　4.4 个性化户外广告设计的应用分析  
　　　　4.4.1 个性化户外广告的城市应用  
　　　　4.4.2 个性化户外广告的城区改造  
　　　　4.4.3 户外广告设计的个性化实践  
　　4.5 户外广告区域发展状况  
　　　　4.5.1 城市分析  
　　　　4.5.2 北京市  
　　　　4.5.3 上海市  
　　　　4.5.4 重庆市  
　　　　4.5.5 潍坊市  
　　　　4.5.6 苏州市  
　　　　4.5.7 福建省  
　　　　4.5.8 广东省  
　　4.6 户外广告行业财务状况分析  
　　　　4.6.1 上市公司规模  
　　　　4.6.2 上市公司分布  
　　　　4.6.3 经营状况分析  
　　　　4.6.4 盈利能力分析  
　　　　4.6.5 营运能力分析  
　　　　4.6.6 成长能力分析  
　　　　4.6.7 现金流量分析  
　　4.7 户外广告行业发展的问题与对策  
　　　　4.7.1 城市投放存在的问题  
　　　　4.7.2 城市投放相关应对策略  
　　　　4.7.3 行业的创意思维对策  
　　　　4.7.4 行业传播创新的策略  
　　　　4.7.5 行业未来发展的建议  
　　　　4.7.6 行业升级的发展策略  
  
第五章 2019-2024年中国户外广告受众及投放分析  
　　5.1 户外广告投放的相关分析  
　　　　5.1.1 户外广告的投放优势  
　　　　5.1.2 户外广告的投放方式  
　　　　5.1.3 户外广告的投放选择  
　　　　5.1.4 户外广告投放的关键  
　　　　5.1.5 户外广告投放转化率因素  
　　5.2 户外广告的受众分析  
　　　　5.2.1 户外媒体新受众分析  
　　　　5.2.2 户外媒体内容的情感化  
　　　　5.2.3 户外广告粉丝受众分析  
　　　　5.2.4 户外广告受众隐私权分析  
　　　　5.2.5 受众导向机制构建的必要性  
　　　　5.2.6 受众导向机制的构建路径  
　　5.3 各行业户外广告投放状况分析  
　　　　5.3.1 各行业的户外广告投放状况  
　　　　5.3.2 食品行业户外广告投放情况  
　　　　5.3.3 饮料行业户外广告投放情况  
　　　　5.3.4 在线教育户外广告投放情况  
　　　　5.3.5 美妆行业户外广告投放情况  
　　　　5.3.6 互联网企业户外广告投放情况  
　　5.4 户外广告相关投放策略  
　　　　5.4.1 户外广告投放的选择策略  
　　　　5.4.2 户外广告节假日投放策略  
　　　　5.4.3 户外广告投放的品牌策略  
　　　　5.4.4 品牌不同周期的投放对策  
  
第六章 2019-2024年中国户外广告的主要形式  
　　6.1 地铁广告  
　　　　6.1.1 地铁广告的传播方式  
　　　　6.1.2 地铁广告场景化营销模式  
　　　　6.1.3 地铁广告运营发展问题  
　　　　6.1.4 地铁广告运营优化措施  
　　　　6.1.5 地铁广告招商风险控制  
　　　　6.1.6 地铁广告创意发展策略  
　　　　6.1.7 地铁广告创新传播策略  
　　6.2 电梯广告  
　　　　6.2.1 电梯广告投放形式分析  
　　　　6.2.2 电梯广告主要特征分析  
　　　　6.2.3 电梯广告发展现状分析  
　　　　6.2.4 电梯广告传播困境分析  
　　　　6.2.5 电梯广告传播策略分析  
　　　　6.2.6 电梯广告营销策略分析  
　　　　6.2.7 电梯广告未来发展趋势  
　　6.3 数字标牌广告  
　　　　6.3.1 户外数字标牌发展概况  
　　　　6.3.2 户外数字标牌规模分析  
　　　　6.3.3 LED户外显示大屏现状  
　　　　6.3.4 LED户外小屏需求分析  
　　　　6.3.5 户外LED大屏新兴趋势  
　　6.4 影院广告  
　　　　6.4.1 影院广告优势分析  
　　　　6.4.2 影院广告产品特点  
　　　　6.4.3 影院广告发展形势  
　　　　6.4.4 影院广告的关注度  
　　　　6.4.5 影院广告投放策略  
　　　　6.4.6 广告公司经营策略  
　　　　6.4.7 影院广告发展展望  
　　6.5 高铁广告  
　　　　6.5.1 高铁广告的优势分析  
　　　　6.5.2 高铁广告的媒体形式  
　　　　6.5.3 高铁广告媒体融合发展  
　　　　6.5.4 高铁广告企业经营状况  
　　　　6.5.5 高铁广告场景营销局限性  
　　　　6.5.6 高铁广告场景化营销探索  
　　6.6 其他户外广告形式  
　　　　6.6.1 车载广告  
　　　　6.6.2 快递柜广告位  
　　　　6.6.3 社区灯箱广告  
　　　　6.6.4 公交候车亭广告  
　　　　6.6.5 人行通道广告门  
  
第七章 2019-2024年户外广告行业重点企业分析  
　　7.1 分众传媒信息技术股份有限公司  
　　　　7.1.1 企业发展概况  
　　　　7.1.2 经营效益分析  
　　　　7.1.3 业务经营分析  
　　　　7.1.4 财务状况分析  
　　　　7.1.5 核心竞争力分析  
　　　　7.1.6 企业发展机遇  
　　7.2 成都博瑞传播股份有限公司  
　　　　7.2.1 企业发展概况  
　　　　7.2.2 经营效益分析  
　　　　7.2.3 业务经营分析  
　　　　7.2.4 财务状况分析  
　　　　7.2.5 核心竞争力分析  
　　　　7.2.6 公司发展战略  
　　　　7.2.7 未来前景展望  
　　7.3 北京巴士传媒股份有限公司  
　　　　7.3.1 企业发展概况  
　　　　7.3.2 主营业务分析  
　　　　7.3.3 经营效益分析  
　　　　7.3.4 业务经营分析  
　　　　7.3.5 财务状况分析  
　　　　7.3.6 核心竞争力分析  
　　　　7.3.7 公司发展战略  
　　　　7.3.8 未来前景展望  
　　7.4 广东广州日报传媒股份有限公司  
　　　　7.4.1 企业发展概况  
　　　　7.4.2 经营效益分析  
　　　　7.4.3 业务经营分析  
　　　　7.4.4 财务状况分析  
　　　　7.4.5 核心竞争力分析  
　　　　7.4.6 公司发展战略  
　　　　7.4.7 未来前景展望  
　　7.5 雅仕维传媒集团有限公司  
　　　　7.5.1 企业发展概况  
　　　　7.5.2 2024年企业经营状况分析  
　　　　7.5.3 2024年企业经营状况分析  
　　　　7.5.4 2024年企业经营状况分析  
　　7.6 TOM集团有限公司  
　　　　7.6.1 企业发展概况  
　　　　7.6.2 2024年企业经营状况分析  
　　　　7.6.3 2024年企业经营状况分析  
　　　　7.6.4 2024年企业经营状况分析  
　　7.7 上海新文化传媒集团股份有限公司  
　　　　7.7.1 企业发展概况  
　　　　7.7.2 经营效益分析  
　　　　7.7.3 业务经营分析  
　　　　7.7.4 财务状况分析  
　　　　7.7.5 核心竞争力分析  
　　　　7.7.6 公司发展战略  
　　　　7.7.7 未来前景展望  
  
第八章 中^智林^－2024-2030年中国户外广告投资与发展趋势分析  
　　8.1 中国广告行业发展前景及趋势  
　　　　8.1.1 广告行业发展前景  
　　　　8.1.2 广告行业发展机遇  
　　　　8.1.3 广告未来发展趋势  
　　8.2 中国户外广告行业投融资分析  
　　　　8.2.1 户外广告投资机遇  
　　　　8.2.2 户外广告融资情况  
　　　　8.2.3 广告企业融资需求  
　　　　8.2.4 广告企业融资困境  
　　　　8.2.5 广告企业融资对策  
　　8.3 中国户外广告行业发展趋势  
　　　　8.3.1 户外广告市场新方向  
　　　　8.3.2 户外广告发展新趋势  
　　　　8.3.3 5G时代的发展新趋势  
　　　　8.3.4 户外广告牌的发展方向  
　　8.4 2024-2030年中国户外广告行业预测分析  
　　　　8.4.1 2024-2030年中国户外广告行业影响因素分析  
　　　　8.4.2 2024-2030年中国广告行业市场规模预测  
　　　　8.4.3 2024-2030年中国户外广告行业投放总额预测  
  
附录  
　　附录一：《中华人民共和国广告法》（2021年修订版）  
  
图表目录  
　　图表 户外广告行业历程  
　　图表 户外广告行业生命周期  
　　图表 户外广告行业产业链分析  
　　……  
　　图表 2019-2024年户外广告行业市场容量统计  
　　图表 2019-2024年中国户外广告行业市场规模及增长情况  
　　……  
　　图表 2019-2024年中国户外广告行业销售收入分析 单位：亿元  
　　图表 2019-2024年中国户外广告行业盈利情况 单位：亿元  
　　图表 2019-2024年中国户外广告行业利润总额分析 单位：亿元  
　　……  
　　图表 2019-2024年中国户外广告行业企业数量情况 单位：家  
　　图表 2019-2024年中国户外广告行业企业平均规模情况 单位：万元/家  
　　图表 2019-2024年中国户外广告行业竞争力分析  
　　……  
　　图表 2019-2024年中国户外广告行业盈利能力分析  
　　图表 2019-2024年中国户外广告行业运营能力分析  
　　图表 2019-2024年中国户外广告行业偿债能力分析  
　　图表 2019-2024年中国户外广告行业发展能力分析  
　　图表 2019-2024年中国户外广告行业经营效益分析  
　　……  
　　图表 \*\*地区户外广告市场规模及增长情况  
　　图表 \*\*地区户外广告行业市场需求情况  
　　图表 \*\*地区户外广告市场规模及增长情况  
　　图表 \*\*地区户外广告行业市场需求情况  
　　图表 \*\*地区户外广告市场规模及增长情况  
　　图表 \*\*地区户外广告行业市场需求情况  
　　……  
　　图表 户外广告重点企业（一）基本信息  
　　图表 户外广告重点企业（一）经营情况分析  
　　图表 户外广告重点企业（一）盈利能力情况  
　　图表 户外广告重点企业（一）偿债能力情况  
　　图表 户外广告重点企业（一）运营能力情况  
　　图表 户外广告重点企业（一）成长能力情况  
　　图表 户外广告重点企业（二）基本信息  
　　图表 户外广告重点企业（二）经营情况分析  
　　图表 户外广告重点企业（二）盈利能力情况  
　　图表 户外广告重点企业（二）偿债能力情况  
　　图表 户外广告重点企业（二）运营能力情况  
　　图表 户外广告重点企业（二）成长能力情况  
　　……  
　　图表 2024-2030年中国户外广告行业市场容量预测  
　　图表 2024-2030年中国户外广告行业市场规模预测  
　　图表 2024-2030年中国户外广告市场前景分析  
　　图表 2024-2030年中国户外广告行业发展趋势预测  
略……

了解《[2024-2030年中国户外广告行业研究分析与市场前景预测报告](https://www.20087.com/9/02/HuWaiGuangGaoShiChangQianJingFenXi.html)》，报告编号：3616029，

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

Email邮箱：[Kf@20087.com](mailto:Kf@20087.com)

详细介绍：<https://www.20087.com/9/02/HuWaiGuangGaoShiChangQianJingFenXi.html>

了解更多，请访问上述链接，以下无内容！