|  |
| --- |
| [2023-2029年中国户外广告行业现状分析与发展前景研究报告](https://www.20087.com/M_QiTa/38/HuWaiGuangGaoHangYeXianZhuangYuFaZhanQuShi.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： | [2023-2029年中国户外广告行业现状分析与发展前景研究报告](https://www.20087.com/M_QiTa/38/HuWaiGuangGaoHangYeXianZhuangYuFaZhanQuShi.html) |
| 报告编号： | 1687838　　←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/M_QiTa/38/HuWaiGuangGaoHangYeXianZhuangYuFaZhanQuShi.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的广告形式，在数字化转型的大背景下焕发出了新的活力。近年来，随着数字显示屏、互动技术的应用，户外广告不仅在形式上更加多样，而且在内容呈现上更加生动有趣。目前，户外广告已经从简单的静态海报发展到动态视频、互动体验等多种形式，有效地吸引了行人的注意力，提高了广告效果。
　　未来，户外广告将更加注重技术创新和内容创意。一方面，随着5G等高速网络技术的应用，户外广告将实现更加实时的数据更新和个性化推送，提高广告的相关性和吸引力。另一方面，通过增强现实(AR)、虚拟现实(VR)等技术的融合，户外广告将创造更加沉浸式的互动体验，增强消费者的参与感和体验感。此外，考虑到环保和城市美观的要求，户外广告的设计和投放将更加注重与周围环境的和谐统一，减少对视觉空间的干扰。
　　《[2023-2029年中国户外广告行业现状分析与发展前景研究报告](https://www.20087.com/M_QiTa/38/HuWaiGuangGaoHangYeXianZhuangYuFaZhanQuShi.html)》对户外广告行业相关因素进行具体调查、研究、分析，洞察户外广告行业今后的发展方向、户外广告行业竞争格局的演变趋势以及户外广告技术标准、户外广告市场规模、户外广告行业潜在问题与户外广告行业发展的症结所在，评估户外广告行业投资价值、户外广告效果效益程度，提出建设性意见建议，为户外广告行业投资决策者和户外广告企业经营者提供参考依据。

第一章 户外广告相关概述
　　1.1 广告简介
　　　　1.1.1 广告的概念
　　　　1.1.2 广告的本质特点和要素
　　　　1.1.3 广告的分类和主要形式
　　　　1.1.4 广告媒体简介
　　1.2 户外广告
　　　　1.2.1 户外广告的概念
　　　　1.2.2 户外广告的划分
　　　　1.2.3 户外广告的主要功能
　　　　1.2.4 户外广告媒体
　　　　1.2.5 户外广告的美学特征
　　1.3 户外广告制作
　　　　1.3.1 户外广告制作的设备及工艺
　　　　1.3.2 户外广告牌面的照明工程设计步骤
　　　　1.3.3 户外广告制作的规范化
　　　　1.3.4 户外广告画面制作技巧及注意事项
　　1.4 户外广告特征影响分析
　　　　1.4.1 户外广告的投放特点
　　　　1.4.2 户外广告对城市文化的影响分析
　　　　1.4.3 户外广告发展形式分析

第二章 广告行业发展概况
　　2.1 世界广告行业发展概况
　　　　2.1.1 2018-2023年全球总体广告市场规模
　　　　2.1.2 2018-2023年全球各地区广告市场规模
　　　　2.1.3 2018-2023年全球主要国家广告市场规模
　　　　2.1.4 2018-2023年全球媒体广告市场分析
　　　　2.1.5 2023年世界广告业发展态势
　　2.2 中国广告行业发展状况
　　　　2.2.1 2023年中国广告市场整体情况
　　　　2.2.2 2023年中国广告媒体结构分析
　　　　2.2.3 2023年中国广告主结构分析
　　　　2.2.4 2023年中国广告经营单位分析
　　2.3 2018-2023年中国广告市场发展状况
　　　　2.3.1 2023年中国广告市场发展态势
　　　　2.3.2 2023年中国广告市场的发展分析
　　　　2.3.3 2023年央视广告招标总额增长情况
　　　　2.3.4 中国广告产业外资影响分析
　　　　2.3.5 中国本土广告公司的竞争战略分析
　　2.4 中国广告市场存在问题与发展对策分析
　　　　2.4.1 当前中国广告业存在的问题分析
　　　　2.4.2 中国广告大发展必须解决核心问题
　　　　2.4.3 中国广告产业集群存在的问题
　　　　2.4.4 中国广告产业集群的发展对策
　　　　2.4.5 中国广告产业发展对策分析
　　　　2.4.6 促进广告业发展的指导意见

第三章 全球户外广告业发展态势分析
　　3.1 美国户外广告行业发展分析
　　　　3.1.1 2023年美国广告市场规模
　　　　3.1.2 美国户外广告牌将为产业兴旺做贡献
　　3.2 日本户外广告行发展状况
　　　　3.2.1 2023年日本广告市场规模
　　　　3.2.2 2023年日本户外广告发展分析
　　　　3.2.3 日本户外广告管治的经验分析
　　　　3.2.4 日本户外lcd广告尝试海报广告投放新方式
　　3.3 其它国家户外广告发展状
　　　　3.3.1 法国户外广告发展状况
　　　　3.3.2 俄罗斯户外广告发展状况
　　　　3.3.3 芬兰共和国的户外广告分析

第四章 中国户外广告业市场深度分析
　　4.1 中国户外广告行业发展状况
　　　　4.1.1 中国户外广告发展历程分析
　　　　4.1.2 中国户外广告行业发展现状
　　　　4.1.3 中国户外广告行业发展机遇分析
　　　　4.1.4 跨行业合作形势下户外广告的优势
　　　　4.1.5 户外广告形式发展分析
　　　　4.1.6 中国户外广告规划的分析
　　4.2 中国户外广告市场发展分析
　　　　4.2.1 2023年中国户外广告市场发展分析
　　　　4.2.2 2023年户外广告投放主分析
　　　　4.2.3 2023年中国主要城市户外广告花费
　　　　4.2.4 2023年中国户外广告行业发展分析
　　4.3 外资在中国户外广告市场上的竞争策略
　　　　4.3.1 国外户外广告公司加速进军中国
　　　　4.3.2 全球广告巨头中国市场竞争策略分析
　　　　4.3.3 2023年户外广告资本投入放缓因素分析
　　　　4.3.4 资本注入下的户外广告增长态势
　　4.4 中国户外广告的相关政策分析
　　　　4.4.1 法律因素在户外广告发展中的作用
　　　　4.4.2 户外广告的设置与空间权的归属
　　　　4.4.3 户外广告在高速发展中趋于健全规范
　　　　4.4.4 户外广告规范与发展的法律策略分析
　　4.5 传统户外广告的创新商业思维
　　　　4.5.1 新媒体浪潮下的传统户外广告
　　　　4.5.2 户外广告与城市的和谐发展推动传统户外广告的创新商业思维
　　　　4.5.3 创意和专业策划变得更为关键
　　　　4.5.4 传统户外媒体发展空间在于更多的融入互动和体验的元素
　　4.6 户外广告市场发展存在的问题
　　　　4.6.1 中国户外广告企业经营举步维艰
　　　　4.6.2 户外广告媒体面临资本退潮挑战
　　4.7 中国户外广告发展策略分析
　　　　4.7.1 户外媒体是人体在户外的全面延伸
　　　　4.7.2 户外广告发展新战略
　　　　4.7.3 户外广告进入“精耕细作”时代
　　　　4.7.4 中小型户外广告公司发展策略

第五章 中国户外广告产业的消费分析
　　5.1 户外广告的投放原因及特点
　　　　5.1.1 投放户外广告的原因
　　　　5.1.2 户外广告是具有高接受度的广告形式
　　　　5.1.3 户外广告的喜好度存在着地区的差异性
　　　　5.1.4 管理维护存在问题是制约户外广告发展的瓶颈
　　5.2 户外广告受众分析
　　　　5.2.1 受众在户外度过的时间分析
　　　　5.2.2 受众交通工具的选择
　　　　5.2.3 户外广告已成为第三大广告媒体
　　　　5.2.4 受众接触户外媒体的黄金时间
　　　　5.2.5 受众接触户外媒体的黄金地段
　　　　5.2.6 车身广告是受众接触最多的广告类型
　　5.3 影响户外广告投放的要素分析
　　　　5.3.1 影响户外广告投放宏观因素分析
　　　　5.3.2 创意是吸引受众的最重要的要素
　　　　5.3.3 媒体组合能提高户外广告可信度
　　　　5.3.4 消费热点决定记忆程度

第六章 中国重点区域户外广告业竞争力分析
　　6.1 北京市户外广告市场发展分析
　　　　6.1.1 2023年北京市广告市场运营态势
　　　　6.1.2 北京户外广告调查
　　　　6.1.3 北京提高户外LED广告准入门槛
　　　　6.1.4 北京户外广告业的新机遇
　　6.2 上海市户外广告市场发展分析
　　　　6.2.1 2023年上海市广告业发展情况统计分析
　　　　6.2.2 2023年上海市户外广告市场发展分析
　　　　6.2.3 上海户外广告设施设置阵地规划
　　　　6.2.4 上海户外广告再次整顿
　　6.3 广州市户外广告市场发展分析
　　　　6.3.1 2023年广州广告业的发展态势
　　　　6.3.2 广州户外广告的发展现状
　　　　6.3.3 广州户外广告设置人要投保
　　6.4 其它地区户外广告市场发展分析
　　　　6.4.1 武汉多举措调整户外广告
　　　　6.4.2 山西省城市户外广告分析
　　　　6.4.3 杭州市户外广告现状分析

第七章 中国户外广告主要形式发展分析
　　7.1 路牌广告
　　　　7.1.1 路牌广告是最为典型的户外广告形式
　　　　7.1.2 路牌广告的优势
　　　　7.1.3 路牌户外广告关注度最高
　　　　7.1.4 路牌广告与环境协调分析
　　7.2 霓虹灯广告
　　　　7.2.1 霓虹灯色彩价值及作用
　　　　7.2.2 中国霓虹灯广告发展现状
　　　　7.2.3 霓虹灯广告牌质量状况分析
　　　　7.2.4 户外广告的led时代
　　7.3 灯箱广告
　　　　7.3.1 灯箱广告的种类及构成
　　　　7.3.2 中国户外灯箱的发展状况
　　7.4 公共交通广告
　　　　7.4.1 车身广告简述
　　　　7.4.2 中国公共交通广告市场
　　　　7.4.3 2018-2023年中国移动电视广告市场规模
　　　　7.4.4 公交移动电视广告发展分析
　　　　7.4.5 地铁广告研究
　　　　7.4.6 2023年地铁户外数字广告市场分析
　　　　7.4.7 中国铁路列车媒体价值解析
　　7.5 户外电视
　　　　7.5.1 2023年中国楼宇/户外液晶广告市场状况
　　　　7.5.2 中国户外电视广告经营者营销手段解析
　　　　7.5.3 户外数字电视渐成广告商新宠
　　7.6 机场户外广告
　　　　7.6.1 2023年中国民航广告剖析
　　　　7.6.2 中国机场广告经营现状
　　　　7.6.3 中国机场户外广告的特点
　　　　7.6.4 上海机场广告经营方式演变的基本情况
　　　　7.6.5 中国民航机场广告的发展趋势
　　　　7.6.6 中国机场媒体发展面临挑战和抉择
　　　　7.6.7 2023年中国民航广告预测与展望
　　7.7 其他户外广告形式
　　　　7.7.1 中国三面翻行业竞争状况
　　　　7.7.2 pop广告简介
　　　　7.7.3 热气球广告的优势
　　　　7.7.4 楼宇广告的商业模式
　　　　7.7.5 触动传媒的户外液晶媒体互动广告策略探析

第八章 2018-2023年国内外户外广告主要企业经营分析
　　8.1 清晰频道户外广告公司（clear channel outdoor）
　　　　8.1.1 清晰频道户外广告公司简介
　　　　8.1.2 2023年清晰频道户外广告公司经营状况分析
　　　　……
　　8.2 德高集团
　　　　8.2.1 公司简介
　　　　8.2.2 2023年德高集团的运营状况
　　　　8.2.3 2023年德高集团经营状况
　　　　8.2.4 德高集团并购交易因金融危机搁浅
　　　　8.2.5 京港地铁与德高广告“联姻”
　　　　8.2.6 德高中国稳中求进
　　8.3 tom集团有限公司
　　　　8.3.1 tom集团公司简介
　　　　8.3.2 2023年tom集团经营状况分析
　　　　……
　　　　8.3.4 tom户外传媒知识管理加速企业战略扩张
　　8.4 白马户外媒体有限公司
　　　　8.4.1 公司简介
　　　　8.4.2 2023年白马户外媒体经营状况分析
　　　　……
　　8.5 大贺传媒股份有限公司
　　　　8.5.1 公司简介
　　　　8.5.2 2023年大贺传媒经营状况分析
　　　　……
　　　　8.5.4 大贺传媒打造社区新媒体
　　8.6 分众传媒
　　　　8.6.1 公司简介
　　　　8.6.2 2023年分众传媒经营状况
　　　　……
　　　　8.6.4 分众传媒面临的挑战
　　8.7 航美传媒
　　　　8.7.1 公司简介
　　　　8.7.2 2023年航美传媒经营状况分析
　　　　8.7.3 2023年航美传媒经营状况
　　　　8.7.4 航美传媒：“渠道+内容”双重垄断
　　8.8 华视传媒
　　　　8.8.1 公司简介
　　　　8.8.2 2023年华视传媒经营状况
　　　　……
　　　　8.8.4 华视传媒发展战略

第九章 [~中~智~林~]2023-2029年户外广告投资与发展趋势分析
　　9.1 户外广告投资分析
　　　　9.1.1 中国户外媒体投资分析
　　　　9.1.2 中国户外媒体投资风险分析
　　　　9.1.3 户外广告行业泡沫化分析
　　9.2 2023年新冠疫情对广告业的影响
　　　　9.2.1 金融危机诱发广告业“马太效应”
　　　　9.2.2 传统媒体广告受经济衰退影响最大
　　　　9.2.3 金融危机将挤掉新媒体广告市场泡沫
　　9.3 户外广告市场发展前景
　　　　9.3.1 2023年广告市场前景
　　　　9.3.2 中国户外广告大幅面喷绘市场发展前景
　　　　9.3.3 中国户外新媒体发展趋势探析
　　　　9.3.4 户外广告设施节能市场前景广阔
　　9.4 户外广告市场发展趋势
　　　　9.4.1 2023年中国户外广告市场规模预测
　　　　9.4.2 2023年中国户外广告发展趋势
　　　　9.4.3 2023年为中国户外新媒体并购年
　　　　9.4.4 城市户外广告的发展趋势

图表目录
　　图表 1 2018-2023年全球广告市场规模及增长率
　　图表 2 2023年全球广告投放前十大广告主
　　图表 3 2023年全球主要地区广告市场规模及其份额
　　图表 4 2023年全球主要地区广告市场份额图
　　图表 7 2018-2023年全球广告市场增长速度国家排名
　　图表 9 2018-2023年全球主要广告国家市场规模变化
　　图表 10 2023年全球主要媒体广告市场份额
　　图表 11 2018-2023年全球主要媒体广告市场规模及增长
　　图表 12 2018-2023年全球主要媒体广告市场份额变化情况
　　图表 13 2023年全球主要国家广告规模排名
　　图表 14 2023年主要媒体广告市场份额
　　图表 15 2023年中国媒体广告市场增长率
　　图表 16 2023年传统媒体广告花费前五行业
　　图表 17 2023年互联网广告花费前五行业增长率
　　图表 18 2023年中国广告从业人员、户数、经营额增长率
　　图表 19 2018-2023年中国广告经营单位年平均经营情况
　　图表 20 产业竞争力波特钻石模型
　　图表 21 中国本土广告公司swot分析
　　图表 22 2018-2023年美国广告市场规模及增长
　　图表 23 2018-2023年美国广告规模占gdp比例
　　图表 24 2018-2023年美国不同媒体广告市场规模
　　图表 27 2018-2023年日本广告规模占gdp比例
　　图表 29 2018-2023年日本主要媒体广告市场收入所占比例
　　图表 30 2018-2023年日本电视媒体广告市场规模及增长
　　图表 31 2018-2023年日本报纸媒体广告市场规模及增长
　　图表 32 2018-2023年日本杂志媒体广告市场规模及增长
　　图表 33 2018-2023年日本广播媒体广告市场规模及增长
　　图表 34 2018-2023年日本网络媒体广告市场规模及增长
　　图表 37 2023年日本互联网广告与户外广告的市场份额对比
　　图表 38 日本广告行会自律经营关系示意
　　图表 39 户外广告审查分析思路
　　图表 40 2018-2023年中国户外广告主要发展指标
　　图表 41 广州市户外广告相关法律法规
　　图表 42 广州市户外广告规划审批与执行主体
　　图表 43 广州市三大主体对各类区域户外广告的不同需求
　　图表 44 2018-2023年中国户外广告经营单位规模及增长率
　　图表 47 2018-2023年中国户外广告媒体细分材料及增长率
　　图表 48 2023年户外广告花费增长最快的五个行业
　　图表 49 2023年中国户外广告投放金额（百万元）前十位品类
　　图表 59 中国民众每天在户外度过的时间情况
　　图表 60 中国民众接触户外广告的主要地点
　　图表 61 中国公众对户外广告的总体看法
　　图表 62 中国公众对户外广告数量的看法
　　图表 70 户外广告关注度排名
　　图表 71 主要户外广告关注度结构对比分析
　　图表 72 2018-2023年中国霓虹灯发展状况
　　图表 73 室内、外绝缘导线之间的最小距离固定点的距离（m）
　　图表 74 2023年中国户外电子屏广告细分市场份额
　　图表 75 2023年中国电子屏广告细分市场规模
　　图表 76 中国户外电子屏广告市场实力矩阵
　　图表 77 2018-2023年中国户外电子屏市场规模统计
　　图表 78 2023年户外电子屏广告市场份额图
　　图表 79 2023年中国户外电子屏终端数量细分市场份额
　　图表 86 中国开展地铁移动电视业务的城市
　　图表 88 受众对交通工具环境评价对比
　　图表 89 庞巴迪列车和飞机乘坐感受对比
　　图表 90 列车媒体受众年龄分布
　　图表 91 列车媒体受众性别比例
　　图表 92 列车媒体受众学历构成
　　图表 93 列车媒体受众家庭月收入分布（元）
　　图表 94 过去一年乘坐列车出行频次分布
　　图表 95 列车媒体受众数码产品保有率
　　图表 96 列车媒体到达率
　　图表 97 受众对列车媒体信任度
　　图表 98 列车媒体对受众购买产生的影响
　　图表 99 2023年中国楼宇/户外液晶终端数量细分市场份额
　　图表 100 中国户外电视广告经营者宣传策略列表
　　图表 101 2018-2023年中国民航广告规模
　　图表 102 热气球广告媒体与其他媒体价格上的优势
　　图表 103 热气球广告媒体与其他媒体广告效力上的优势
　　图表 104 2023年清晰频道户外广告公司分业务收入
　　图表 105 2023年清晰频道户外广告公司不同业务收入比例
　　图表 106 2023年清晰频道户外广告公司成本费用
　　图表 107 2023年清晰频道户外广告公司不同地区收入及增长率
　　图表 108 2023年h清晰频道户外广告公司资产情况
　　图表 109 2023年h清晰频道户外广告公司营业收入
　　图表 110 2023年h清晰频道户外广告公司北美与国际户外广告收入
　　图表 111 2023年h清晰户外广告公司不同地区收入比例
　　图表 112 2023年德高集团主要财务数据
　　图表 114 2023年德高中国不同地区营业收入比例
　　图表 116 2023年德高集团不同媒体的经营收入比例
　　图表 117 2023年h德高集团营业指标
　　图表 118 2023年h德高集团不同地区的营业收入
　　图表 119 2023年h德高集团不同地区营业收入所占比例
　　图表 120 2023年h德高集团不同媒体经营状况
　　图表 121 2023年tom集团不同事业集团的经营额
　　图表 122 2018-2023年tom集团不同业务收入增长率
　　图表 123 2023年tom集团收入组合按地区分
　　图表 124 2018-2023年tom户外传媒集团规模及增长率
　　图表 125 2023年htom集团的资产分布
　　图表 126 2023年htom集团的负债分布
　　图表 127 2023年htom集团收入按不同业务分
　　图表 128 2023年htom集团分地区经营状况
　　图表 129 2018-2023年白马传媒资产负债表
　　图表 130 2023年白马户外媒体综合损益表
　　图表 132 2023年白马户外传媒不同产业客户客户构成
　　图表 133 2023年白马户外传媒按不同地区的营业额构成
　　图表 135 2023年大贺传媒业务结构及业绩比率（单位万元）
　　图表 138 2023年h大贺传媒不同业务所占比率
　　图表 143 2023年分众传媒主营业务比例
　　图表 148 2023年h分众传媒总收入及同比增长率
　　图表 149 2023年主营业务收入及其增长率
　　图表 167 海外上市的户外媒体公司投资情况
　　图表 168 中国主要户外传媒公司融资情况
　　图表 169 分众传媒所并购vc支持的户外媒体公司
略……

了解《[2023-2029年中国户外广告行业现状分析与发展前景研究报告](https://www.20087.com/M_QiTa/38/HuWaiGuangGaoHangYeXianZhuangYuFaZhanQuShi.html)》，报告编号：1687838，

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

Email邮箱：Kf@20087.com

详细介绍：<https://www.20087.com/M_QiTa/38/HuWaiGuangGaoHangYeXianZhuangYuFaZhanQuShi.html>

了解更多，请访问上述链接，以下无内容！