|  |
| --- |
| [2025-2031年中国户外广告行业现状调研分析及发展趋势研究报告](https://www.20087.com/M_QiTa/57/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： | [2025-2031年中国户外广告行业现状调研分析及发展趋势研究报告](https://www.20087.com/M_QiTa/57/HuWaiGuangGaoHangYeXianZhuangYuFaZhanQuShi.html) |
| 报告编号： | 1635657　　←电话咨询时，请说明该编号。 |
| 市场价： | 电子版：9200 元　　纸介＋电子版：9500 元 |
| 优惠价： | 电子版：8200 元　　纸介＋电子版：8500 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/57/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

　　户外广告是城市景观和商业宣传的重要载体，具有广泛覆盖和视觉冲击力的特点。近年来，随着数字化、智能化、创意化的趋势，户外广告正迎来新的变革。目前，户外广告正朝着多元化、互动化、个性化方向发展，如采用数字屏幕、动态画面、虚拟现实等技术，以提升户外广告的吸引力和互动性。同时，户外广告行业也在加强法规监管和创意设计，如规范广告发布、鼓励创意创新、参与城市美化等，以提升户外广告的社会效益和市场价值。
　　未来，户外广告的发展将更加注重技术创新、场景融合和价值创造。技术创新方面，户外广告将深入探索新材料、新工艺、新装备，如透明屏幕、互动装置、智能投放等，以提升户外广告的科技含量和市场竞争力。场景融合方面，户外广告将加强与城市环境、商业场所、文化活动的融合，如打造城市地标、营造商业氛围、参与文化庆典等，以提升户外广告的社会影响力和市场价值。价值创造方面，户外广告将注重广告效果和品牌价值，如开展效果评估、提供定制服务、参与品牌建设等，以提升户外广告的商业回报和社会效益。然而，户外广告也面临着法规限制、市场竞争、以及如何在保证创意和效果的同时实现技术创新和场景融合等挑战。
　　《[2025-2031年中国户外广告行业现状调研分析及发展趋势研究报告](https://www.20087.com/M_QiTa/57/HuWaiGuangGaoHangYeXianZhuangYuFaZhanQuShi.html)》通过详实的数据分析，全面解析了户外广告行业的市场规模、需求动态及价格趋势，深入探讨了户外广告产业链上下游的协同关系与竞争格局变化。报告对户外广告细分市场进行精准划分，结合重点企业研究，揭示了品牌影响力与市场集中度的现状，为行业参与者提供了清晰的竞争态势洞察。同时，报告结合宏观经济环境、技术发展路径及消费者需求演变，科学预测了户外广告行业的未来发展方向，并针对潜在风险提出了切实可行的应对策略。报告为户外广告企业与投资者提供了全面的市场分析与决策支持，助力把握行业机遇，优化战略布局，推动可持续发展。

第一章 广告相关概述
　　第一节 广告简述
　　　　一、广告的本质特点和要素
　　　　二、广告的分类和主要形式
　　　　三、广告媒体诠释
　　第二节 户外广告
　　　　一、户外广告的划分
　　　　二、户外广告的主要功能与优势
　　　　三、户外广告媒体
　　　　四、户外广告的美学特征
　　第三节 户外广告制作
　　　　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 2020-2025年世界户外广告行业营运概述
　　第一节 2020-2025年世界广告行业运行浅析
　　　　一、全球各地区广告经营状况
　　　　二、全球广告市场规模
　　　　三、世界广告业排名状况
　　　　四、世界广告业方兴未艾
　　　　五、经济危机对世界广告业的影响
　　第二节 2020-2025年世界户外广告运行浅析
　　　　一、世界户外广告市场需求分析
　　　　二、世界户外广告策划分析
　　　　三、国外企业进军中国市场情况
　　第三节 2020-2025年世界户外广告行业发展前景展望分析

第三章 2025年中国广告行业整体运行新形势透析
　　第一节 2025年中国广告行业运行总况
　　　　一、中国本土广告业突破之路
　　　　二、专业性要求不断提升，广告公司集团规模化趋势出现
　　　　三、国家政策促进广告业发展
　　第二节 2025年中国广告行业发展状况
　　　　一、各类媒体实际广告收入增幅变化
　　　　二、中国传统广告投放增长状况
　　　　三、2020-2025年中国广告市场“乐观向上”
　　第三节 中国广告业发展影响因素分析
　　　　一、有利因素
　　　　二、不利因素
　　第四节 中国广告业发展的对策分析
　　　　一、中国广告业集团化发展原因及模式
　　　　二、中国国有广告公司的发展对策分析
　　　　三、中国广告行业发展面临的任务

第四章 2020-2025年中国户外广告业运行环境分析
　　第一节 中国宏观环境分析（4季度）
　　　　一、GDP
　　　　二、CPI
　　　　三、工业形势
　　　　四、固定资产投资
　　第二节 中国户外广告政策法规环境分析
　　　　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、户外广告在高速发展中趋于健全规范
　　　　四、广告扶持政策解析
　　第三节 中国户外广告社会环境分析
　　　　一、技术创新带动新型广告发展
　　　　二、中国传统文化对广告业的影响
　　　　三、社会环境对于行业的影响分析

第五章 2020-2025年中国户外广告业运行状况分析
　　第一节 2020-2025年中国户外广告行业运行探析
　　　　一、中国的户外广告产业的整合分析
　　　　二、中国户外广告的产品类别
　　　　三、一线城市整体平稳；二线城市大牌数量减少，地铁媒体增加
　　　　四、跨行业合作形势下户外广告的优势
　　第二节 2020-2025年中国户外广告市场状况分析
　　　　一、户外广告备受资本市场追捧
　　　　二、中国户外广告市场发展解析
　　　　三、户外广告形式发展分析
　　第三节 2020-2025年中国户外广告业发展的问题与对策
　　　　一、中国发展户外广告品牌的问题
　　　　二、中国户外广告业应主动求变
　　　　三、中国户外广告的价值链条
　　　　四、互动+数据+创新途径提升户外媒体价值
　　　　五、中国户外广告业面临三大挑战

第六章 2020-2025年中国户外广告受众及投放情况分析
　　第一节 户外广告的投放原因及特点
　　　　一、投放户外广告的原因
　　　　二、户外广告已成为第四大广告媒体
　　　　三、户外广告是具有高接受度的广告形式
　　　　四、户外广告的喜好度存在着地区的差异性
　　　　五、管理维护存在问题是制约户外广告发展的瓶颈
　　第二节 户外广告受众分析
　　　　一、受众在户外度过的时间分析
　　　　二、受众交通工具的选择
　　　　三、受众接触户外媒体的黄金时间
　　　　四、受众接触户外媒体的黄金地段
　　　　五、车身广告是受众接触最多的广告类型
　　第三节 2020-2025年中国影响户外广告投放的要素分析
　　　　一、影响户外广告投放因素分析
　　　　二、创意是吸引受众的最重要的要素
　　　　三、媒体组合能提高户外广告可信度
　　　　四、消费热点决定记忆程度

第七章 2020-2025年中国户外广告主要形式分析
　　第一节 路牌广告
　　　　一、路牌广告是最为典型的户外广告形式
　　　　二、路牌广告的优势
　　　　三、路牌户外广告关注度最高
　　第二节 霓虹灯广告
　　　　一、霓虹灯色彩价值及作用
　　　　二、霓虹灯广告牌质量状况分析
　　　　三、我国霓虹灯广告发展迅速
　　第三节 灯箱广告
　　　　一、灯箱广告概念
　　　　二、灯箱广告的类型
　　　　三、户外灯箱广告的特点和制作技术
　　　　四、灯箱广告图的工艺要求
　　第四节 公共交通广告
　　　　一、公共交通广告简介
　　　　二、车身广告简述
　　　　三、外资抢食公交广告市场
　　　　四、车体广告亟待规范
　　　　五、地铁户外数字广告市场分析
　　第五节 户外电视
　　　　一、中国电子广告屏市场状况
　　　　二、中国户外电视产业崛起
　　　　三、中国户外电视广告经营者营销手段解析
　　　　四、中国户外电视广告业面临洗牌
　　第六节 机场户外广告
　　　　一、中国机场户外广告的现状
　　　　二、中国机场户外广告的特点
　　　　三、中国机场户外广告的发展趋势
　　　　四、中国机场媒体发展面临挑战和抉择
　　第七节 三面翻广告
　　　　一、三面翻简介
　　　　二、我国三面翻行业竞争状况
　　　　三、我国三面翻市场问题
　　第八节 其他户外广告形式
　　　　一、POP广告简介
　　　　二、热气球广告的优势
　　　　三、社区广告直指传播终端
　　第九节 其它新媒体广告

第八章 2020-2025年国内外户外广告重点企业运行分析
　　第一节 清晰频道户外广告公司（CLEAR CHANNEL OUTDOOR）
　　　　一、清晰频道户外广告公司简介
　　　　二、清晰频道户外广告公司经营状况分析
　　第二节 北巴传媒
　　　　一、公司简介
　　　　二、2020-2025年经营状况分析
　　　　三、变相提价
　　第三节 TOM集团有限公司
　　　　一、TOM集团公司简介
　　　　二、2020-2025年TOM集团经营状况分析
　　　　三、TOM集团业务受重创
　　　　四、TOM户外传媒知识管理加速企业战略扩张
　　第四节 白马户外媒体有限公司
　　　　一、公司简介
　　　　二、白马户外媒体经营状况分析
　　第五节 大贺传媒股份有限公司
　　　　一、公司简介
　　　　二、2020-2025年大贺传媒经营状况分析
　　　　三、大贺传媒相关的合作情况

第九章 2020-2025年中国广告企业运行新格局分析
　　第一节 2020-2025年中国本土广告企业运行概况
　　　　一、广告行业呈现“外进国退”现象
　　　　二、本土广告公司“小、散、乱”
　　　　三、亟待战略转型突破市场重围
　　　　四、本土广告公司亟待突破利润瓶颈
　　第二节 2020-2025年中国广告公司动态分析
　　　　一、中国网络广告代理公司竞争格局
　　　　二、本土广告公司开辟新业务应对国际竞争
　　　　三、4A广告公司发展的经营业态分析
　　第三节 2020-2025年中国广告公司面临的问题与对策
　　　　一、传统型广告代理公司的生存现状堪忧
　　　　二、国内广告公司自身存在的主要问题
　　　　三、新媒体给传统广告公司带来强势挑战
　　　　四、本土广告公司持续发展的对策
　　　　五、塑造本土广告公司核心竞争力的对策

第十章 2020-2025年中国传媒产业整体运行形势分析
　　第一节 2020-2025年中国传媒业运行新形势透析
　　　　一、中国传媒产业进入发展快车道
　　　　二、中国传媒业开放发展探索分析
　　　　三、中国传媒产业的智库建设
　　　　四、我国将从媒体大国走向媒体强国
　　　　五、中国传媒业创新分析
　　第二节 2020-2025年中国大众传媒与金融监管分析
　　　　一、大众传媒和政府金融监管的关系
　　　　二、大众传媒在金融监管中的积极影响
　　　　三、大众传媒对金融监管的负面作用
　　　　四、发挥大众传媒在金融监管中作用的策略
　　第三节 2020-2025年中国传媒产业集团化的发展分析
　　　　一、传媒集团的模式
　　　　二、传媒业集团化运作的层次探析
　　　　三、传媒集团的资源整合及优势
　　　　四、中国传媒集团经营机构发展瓶颈和职能
　　第四节 2020-2025年中国区域传媒业的发展分析
　　　　一、传媒的区域化概念
　　　　二、传媒区域聚集规律解析

第十一章 2020-2025年中国户外广告产业前景展望与趋势预测
　　第一节 2020-2025年中国广告行业发展趋势预测
　　　　一、我国广告市场未来几年发展潜力巨大
　　　　二、2025年众多大事件带来观众媒体需求高峰
　　　　三、“十四五”广告行业发展方向
　　　　四、数字化技术成为影响广告业发展的重要力量
　　　　五、互联网相关行业则加速整个户外的发展
　　第二节 2020-2025年中国户外广告发展趋势
　　　　一、中国户外广告业的两极化趋势
　　　　二、户外广告未来的十大趋势
　　　　三、中国户外广告市场发展与新媒体趋势
　　第三节 2020-2025年中国户外广告市场盈利预测分析

第十二章 2020-2025年中国户外广告投资潜力分析
　　第一节 2020-2025年中国户外广告投资机遇分析
　　　　一、中国户外媒体投资空间分析
　　　　二、中国户外广告投资前景好
　　　　三、广告行业2025年有望回暖
　　第二节 2020-2025年中国户外广告投资风险分析
　　　　一、行业政策风险及控制
　　　　二、技术风险及控制
　　　　三、经营风险及控制
　　第三节 专家建议分析

第十三章 中国户外广告投放及广告主分析
　　第一节 户外广告投放效果的影响因素
　　　　一、广告环境
　　　　二、广告创意
　　　　三、广告投放时机
　　第二节 体现广告价值的重要指标
　　　　一、发行量
　　　　二、阅读率和传阅率
　　　　三、读者特征
　　　　四、读者消费形态和生活形态
　　　　五、读者交叉重叠和千人成本
　　第三节 户外广告的投放
　　　　一、确定战略目标
　　　　二、选择户外媒体的因素
　　　　三、准确定位目标市场
　　　　四、确定理想发布数量
　　　　五、预测发布效果
　　　　六、监测投放效果
　　第四节 2025年户外媒体发展新趋势分析

第十四章 中国户外广告市场分析
　　第一节 2020-2025年户外广告供需状况分析
　　　　一、户外广告市场需求分析
　　　　二、客户需求对户外广告提出新要求
　　第二节 2020-2025年户外广告行业市场情况分析
　　　　一、中国户外广告市场规模
　　　　二、户外广告市场规模
　　　　三、中国户外电子屏广告市场规模构成

第十五章 中国户外广告行业运行及赢利分析
　　第一节 2020-2025年中国户外广告收入确认与计量
　　　　一、户外广告的确认
　　　　二、户外广告的会计处理
　　第二节 2020-2025年中国户外广告成本分析
　　　　一、户外广告成本价格走势
　　　　二、大型城市户外广告成本走势
　　第三节 2020-2025年中国户外广告盈利水平分析
　　　　一、户外广告行业价格走势
　　　　二、户外广告行业营业收入情况
　　　　三、户外广告行业利润率情况
　　　　四、户外电子屏广告的收入
　　　　五、户外广告收益分配情况
　　　　六、LED电子显示屏户外广告收益
　　　　七、户外液晶广告市场收入规模

第十六章 中国户外广告行业市场竞争格局分析
　　第一节 2020-2025年中国印刷与数字显示屏在户外广告领域的竞争
　　　　一、印刷与数字显示屏竞争分析
　　　　二、印刷在户外广告领域的竞争
　　　　三、数字显示屏在户外广告领域的竞争
　　第二节 2020-2025年中国户外广告行业竞争格局分析
　　　　一、户外广告市场风起云涌
　　　　二、博瑞传播拥有90 余个户外广告媒体资源
　　　　三、液晶屏广告市场竞争分析
　　　　四、户外数字标牌广告竞争分析
　　　　五、户外广告竞争趋势
　　　　六、户外广告核心竞争力分析
　　第三节 2025-2031年中国户外广告产业提升竞争力策略分析

第十七章 2025-2031年中国户外广告行业发展趋势分析
　　第一节 2025-2031年中国户外广告发展趋势分析
　　　　一、广告主动向
　　　　二、4A动向：
　　　　三、媒体主动向
　　　　四、户外广告发展十大走势
　　第二节 2025-2031年中国户外广告的五大发展趋势
　　　　一、户外广告市场走向分析
　　　　二、户外广告投放量趋势分析
　　　　三、通路终端的户外媒体发展趋势
　　　　四、户外广告创新趋势分析
　　　　五、专业服务趋势分析
　　第三节 2025-2031年中国户外广告发展趋势预测分析
　　　　一、中国户外调研开始启动并走向深入模型化阶段
　　　　二、户外的相关法律法规逐步完善
　　　　三、大城市户外媒体价格持续走强

第十八章 中国户外广告行业发展环境分析
　　第一节 国内户外广告经济环境分析
　　　　一、GDP历史变动轨迹分析
　　　　二、固定资产投资历史变动轨迹分析
　　　　三、2025年中国户外广告经济发展预测分析
　　第二节 中国户外广告行业政策环境

第十九章 2025-2031年中国户外广告行业投资与发展前景分析
　　第一节 2020-2025年中国媒体广告行业投资特性
　　　　一、中国广告行业经营环境分析
　　　　二、各类广告媒体的优势及特性
　　第二节 2020-2025年中国广告投资预算情况
　　　　一、广告投资的重要性分析
　　　　二、广告投资预算量的确定
　　　　三、广告投资预算理论的应用
　　第三节 2025-2031年中国户外广告行业投资机会分析
　　　　一、户外媒体投资潜力分析
　　　　二、户外广告屏投资盈利预测
　　　　三、户外广告牌成投资新宠
　　　　四、后奥运时代广告公司的投资机会分析

第二十章 2025-2031年中国户外广告行业投资风险分析
　　第一节 2020-2025年中国户外广告发展的有利因素
　　　　一、媒体变化引发的需求变化
　　　　二、生活方式引发的需求变化
　　　　三、科技变化引发的需求变化
　　　　四、品牌成熟引发的需求变化
　　第二节 2020-2025年影响户外新媒体发展的主要因素
　　　　一、渠道资源情况分析
　　　　二、技术发展情况分析
　　　　三、资本市场情况分析
　　　　四、品牌营造情况分析
　　第三节 2020-2025年中国户外LED屏广告市场障碍因素及对策
　　　　一、户外LED屏广告市场及其特点
　　　　二、户外LED屏广告市场整合障碍因素
　　　　三、户外LED屏广告市场对策研究及建议
　　第四节 2025-2031年中国广告行业投资风险分析
　　　　一、中国广告行业涉税风险分析
　　　　二、户外广告产权逐利法律风险分析
　　　　三、户外大屏幕广告行业风险分析
　　　　四、户外广告政策风险规避分析

第二十一章 2025-2031年中国户外广告企业管理策略建议
　　第一节 中小城市户外广告品牌经营策略
　　　　一、现阶段中小城市户外广告状况
　　　　二、中小城市户外广告品牌经营策略建议
　　　　三、中小城市户外广告品牌发展方向
　　第二节 奥运后户外媒体营销管理
　　　　一、产品策略
　　　　二、价格策略
　　　　三、渠道策略
　　　　四、沟通和促销策略
　　第三节 户外广告行业管理策略
　　　　一、规范城市户外广告管理措施
　　　　二、促进户外广告发展的策略
　　　　三、户外媒体创新思路探讨
　　　　四、户外广告注意力策略
　　　　五、户外广告投放策略
　　第四节 中^智^林^提高广告竞争力的策略
　　　　一、形象策略
　　　　二、价值策略
　　　　三、情感策略
　　　　四、记忆聚焦策略
　　　　五、三点组合的传播通道策略
　　　　六、广告生命周期管理策略

图表目录
　　图表 1 2025年国内生产总值分产业分析
　　图表 2 2025年全国居民消费价格
　　图表 3 12月份居民消费价格分类别同比涨跌幅
　　图表 4 12月份居民消费价格分类别环比涨跌幅
　　图表 5 2025年居民消费价格主要数据
　　图表 6 固定资产投资（不含农户）同比增速
　　图表 7 2025年份固定资产投资（不含农户）主要数据
　　图表 8 规模以上工业增加值同比增长速度
　　图表 9 2025年份规模以上工业生产主要数据
　　图表 1 2020-2025年GDP与户外广告市场增长率相关度情况
　　图表 2 2025年广告投放TOP20企业
　　图表 3 2025年广告投放TOP20品牌
　　图表 4 户外广告分布状况
　　图表 5 2020-2025年中国广告市场规模走势及预测图
　　图表 6 2020-2025年中国户外广告占广告市场份额情况
　　图表 7 2025年传统户外广告刊例花费TOP5行业及增长率情况
　　图表 8 2025年户外广告花费TOP10品牌及同比增幅
　　图表 9 2020-2025年中国户外广告市场规模增长趋势图
　　图表 10 2025年中国户外广告电子屏广告市场构成
　　图表 11 2025年中国户外广告电子屏广告市场规模
　　图表 12 2025年中国广告公司户外广告营业收入前100名排序
　　图表 13 2025年中国广告企业户外广告营业收入前100名排名
　　图表 14 2020-2025年中国户外广告利润率情况
　　图表 15 2020-2025年中国户外电子屏广告市场规模
　　图表 16 2025年中国户外电子屏广告细分市场份额
　　图表 17 2025年中国LED户外电子屏广告市场规模情况
　　图表 18 2020-2025年博瑞传播利润表及预测（万元）
　　图表 19 固定资产投资（不含农户）同比增速
　　图表 20 2025年份固定资产投资（不含农户）主要数据
　　图表 21 全球前十大广告代理商排名
　　图表 22 2020-2025年西欧广告市场的净营业收入情况。
　　图表 23 2020-2025年中国整体市场广告投放额及同比增长率
　　图表 24 2025年整体市场各行业投放额及同比增长率（不包括网络媒体）
　　图表 25 2025年电视媒体广告投放额及同比增长率
　　图表 26 2025年电视媒体各行业投放额及同比增长率
　　图表 27 宝洁旗下各品牌投放额
　　图表 28 央视广告投放额及同比增长率
　　图表 29 省级卫视广告投放额及同比增长率
　　图表 30 2025年报纸媒体各行业投放额及同比增长率
　　图表 31 2025年房地产行业广告投放TOP5品牌
　　图表 32 2025年家用电器零售服务业TOP5品牌广告投放
　　图表 33 2025年邮电通讯行业广告投放TOP10品牌
　　图表 34 2025年杂志媒体各行业投放额及同比增长率
　　图表 35 2025年杂志媒体各城市投放额及同比增长率
　　图表 36 2025年电台媒体各行业投放额及同比增长率
　　图表 37 2025年交通行业各城市投放额及同比增长率
　　图表 38 2025年互联网媒体各行业投放额及同比增长率
　　图表 39 2025年网络形式投放额及同比增长率
　　图表 40 年4月广告行业整体投放额（亿元）
　　图表 41 年4月电视广告投放额（亿元）
　　图表 42 年4月报纸广告投放额（亿元）
　　图表 43 年4月互联网广告投放额（亿元）
　　图表 44 国内生产总值（2015年4季度）
　　图表 45 2025年传统户外广告刊例花费TOP5行业及增长率情况
　　图表 46 2025年户外广告花费TOP10品牌及同比增幅
　　图表 47 广告行业产业链
　　图表 48 常见媒介类型以及特点
　　图表 49 2020-2025年中国广告主选择媒介最看重的媒介特点
　　图表 50 中国广告主接受户外广告的难易程度分析
　　图表 51 2020-2025年中国广告市场规模走势及预测图
　　图表 52 2020-2025年中国户外广告占广告市场份额情况
　　图表 53 我国城乡电视覆盖率
　　图表 54 2020-2025年国内各类网络运用频率
　　图表 55 2020-2025年宝洁公司广告支出占销售额比重
　　图表 56 2020-2025年万科地产广告营销费用增长情况
　　图表 57 2020-2025年上汽集团广告支出及占销售额比重
　　图表 58 2020-2025年伊利股份广告支出及占销售额比重
　　图表 59 二次售卖模式决定了广告是媒体最重要的盈利模式
　　图表 60 2020-2025年中国广告业销售额及占GDP 比重
　　图表 61 日本广告业收入以及占GDP 比重
　　图表 62 2020-2025年全国广告营业额与同期经济增速
　　图表 63 企业广告营销中的目的与诉求
　　图表 64 2025年户外广告关注度排名
　　图表 65 主要户外广告关注度结构对比分析
　　图表 66 国内若干城市地铁现状、投融资体制及模式
　　图表 67 2025年中国户外广告电子屏广告市场构成
　　……
　　图表 69 中国户外电视广告经营者宣传策略列表
　　图表 70 公交移动电视及商务楼宇LCD广告花费增幅
　　图表 71 2025年公交移动电视广告投放TOP5行业广告刊例花费占比及同比增幅
　　图表 72 2020-2025年公交移动电视广告投放花费TOP10品牌
　　图表 73 2025年商务楼宇LCD广告投放TOP5行业广告刊例花费占比及同比增幅
　　图表 74 2020-2025年商务楼宇LCD投放TOP10品牌
　　图表 75 2025年上海地区IPTV广告投放TOP5行业及占比
　　图表 76 2020-2025年IPTV广告投放TOP10品牌
　　图表 77 2025年北巴传媒路线及价格情况
　　图表 78 北巴传媒路线图
　　图表 79 2020-2025年北京巴士传媒股份主要经济指标表
　　图表 80 2020-2025年北京巴士传媒股份成长能力指标表
　　图表 81 2020-2025年北京巴士传媒股份周转能力指标表
　　图表 82 2020-2025年北京巴士传媒股份盈利能力指标表
　　图表 83 2020-2025年北京巴士传媒股份偿债能力指标表
　　图表 84 白马户外媒体综合损益表
　　图表 85 白马户外媒体资产负债表
　　图表 86 大贺传媒股份有限公司综合损益表
　　图表 87 大贺传媒股份有限公司资产负债表
　　图表 88 2020-2025年中国广告投放额TOP5行业同比增长率
　　图表 89 中国4A广告公司100强排行榜
　　图表 90 2020-2025年中国传媒产业总产值及增长率
　　图表 91 2025年中国传媒产业各行业市场结构
　　图表 92 2025年全球品牌价值百强榜
　　图表 93 2020-2025年全球知名品牌产品毛利率
　　图表 94 2020-2025年全球知名品牌企业营业利润率
　　图表 95 前100 名品牌中消费服务类品牌的创立时间分布
　　图表 96 2025年广告花费增长最快的TOP5行业
　　图表 97 2025年众多大事件带来观众媒体需求高峰
　　图表 98 2020-2025年中国户外广告利润率情况
略……

了解《[2025-2031年中国户外广告行业现状调研分析及发展趋势研究报告](https://www.20087.com/M_QiTa/57/HuWaiGuangGaoHangYeXianZhuangYuFaZhanQuShi.html)》，报告编号：1635657，

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/57/HuWaiGuangGaoHangYeXianZhuangYuFaZhanQuShi.html>

热点：广告设计、户外广告机 广告、地铁广告、户外广告字、tvc广告、户外广告机、具有创意的广告案例、户外广告牌发布公司、全球十大创意广告图

了解更多，请访问上述链接，以下无内容！