|  |
| --- |
| [中国户外广告行业现状调研及发展前景分析报告（2024-2030年）](https://www.20087.com/M_QiTa/89/HuWaiGuangGaoDeFaZhanQuShi.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： | [中国户外广告行业现状调研及发展前景分析报告（2024-2030年）](https://www.20087.com/M_QiTa/89/HuWaiGuangGaoDeFaZhanQuShi.html) |
| 报告编号： | 1682289　　←电话咨询时，请说明该编号。 |
| 市场价： | 电子版：8800 元　　纸介＋电子版：9000 元 |
| 优惠价： | 电子版：7800 元　　纸介＋电子版：8100 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/89/HuWaiGuangGaoDeFaZhanQuShi.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

　　户外广告作为传统与现代营销手段的结合体，在全球市场中占据着不可忽视的地位。随着城市化进程的加快和数字技术的应用，户外广告正在经历一场深刻的变革。从静态的海报、横幅到动态的LED显示屏、数字标牌，户外广告的呈现形式更加多样化，视觉效果更为震撼，有效提升了广告的触达率和记忆点。同时，地理定位技术和大数据分析的应用，使户外广告能够更精准地针对目标受众，实现定向投放，提高广告的转化效率。  
　　未来，户外广告行业的发展将更加侧重于技术创新和数据驱动。一方面，通过增强现实(AR)、虚拟现实(VR)等沉浸式技术，户外广告将为消费者创造更加互动和个性化的体验，提升品牌与消费者的连接。另一方面，随着5G网络的普及，户外广告将更加实时、灵活，能够根据天气、时间、人流量等因素动态调整内容，提高广告的相关性和吸引力。此外，户外广告行业将更加注重可持续性和社会责任，如采用环保材料制作广告载体，减少光污染，确保广告活动与城市环境和谐共生。  
　　《[中国户外广告行业现状调研及发展前景分析报告（2024-2030年）](https://www.20087.com/M_QiTa/89/HuWaiGuangGaoDeFaZhanQuShi.html)》全面分析了户外广告行业的市场规模、需求和价格趋势，探讨了产业链结构及其发展变化。户外广告报告详尽阐述了行业现状，对未来户外广告市场前景和发展趋势进行了科学预测。同时，户外广告报告还深入剖析了细分市场的竞争格局，重点评估了行业领先企业的竞争实力、市场集中度及品牌影响力。户外广告报告以专业、科学的视角，为投资者揭示了户外广告行业的投资空间和方向，是投资者、研究机构及政府决策层了解行业发展趋势、制定相关策略的重要参考。  
  
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 国际户外广告行业发展前景分析  
　　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分析  
　　　　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 户外广告投放行业分析  
　　　　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分析  
　　4.1 户外电子屏广告市场分析  
　　　　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分析  
　　　　（3）商业楼宇电子屏广告市场分析  
　　　　（4）航空电子屏广告市场分析  
　　　　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 公交车身广告市场分析  
　　　　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分析  
　　　　（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 电梯平面广告市场分析  
　　　　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分析  
　　　　（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分析  
　　　　4.4.1 射灯广告市场分析  
　　　　（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 候车亭广告市场分析  
　　　　（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 单立柱广告市场分析  
　　　　（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 霓虹灯广告市场分析  
　　　　（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分析  
　　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分析  
　　　　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分析  
　　　　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  
　　　　（一）企业偿债能力分析  
　　　　（二）企业运营能力分析  
　　　　（三）企业盈利能力分析  
　　　　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  
　　　　（一）企业偿债能力分析  
　　　　（二）企业运营能力分析  
　　　　（三）企业盈利能力分析  
　　　　（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  
　　　　（1）企业发展简况分析  
　　　　（2）主要经济指标分析  
　　　　（一）企业偿债能力分析  
　　　　（二）企业运营能力分析  
　　　　（三）企业盈利能力分析  
　　　　6.2.4 海南白马广告媒体投资有限公司经营情况分析  
　　　　（1）企业发展简况分析  
　　　　（2）主要经济指标分析  
　　　　（一）企业偿债能力分析  
　　　　（二）企业运营能力分析  
　　　　（三）企业盈利能力分析  
　　　　6.2.5 德高中国集团经营情况分析  
　　　　（1）企业发展简况分析  
　　　　（2）主要经济指标分析  
　　　　（一）企业偿债能力分析  
　　　　（二）企业运营能力分析  
　　　　（三）企业盈利能力分析  
　　　　6.2.6 大贺传媒股份有限公司  
　　　　（1）企业发展简况分析  
　　　　（2）主要经济指标分析  
　　　　（一）企业偿债能力分析  
　　　　（二）企业运营能力分析  
　　　　（三）企业盈利能力分析  
　　　　6.2.7 华语传媒  
　　　　（1）企业发展简况分析  
　　　　（2）主要经济指标分析  
　　　　（一）企业偿债能力分析  
　　　　（二）企业运营能力分析  
　　　　（三）企业盈利能力分析  
　　　　6.2.8 触动传媒  
　　　　（1）企业发展简况分析  
　　　　（2）主要经济指标分析  
　　　　（一）企业偿债能力分析  
　　　　（二）企业运营能力分析  
　　　　（三）企业盈利能力分析  
　　　　6.2.9 华铁传媒  
　　　　（1）企业发展简况分析  
　　　　（2）主要经济指标分析  
　　　　（一）企业偿债能力分析  
　　　　（二）企业运营能力分析  
　　　　（三）企业盈利能力分析  
　　　　6.2.10 中铁传媒有限公司  
　　　　（1）企业发展简况分析  
　　　　（2）主要经济指标分析  
　　　　（一）企业偿债能力分析  
　　　　（二）企业运营能力分析  
　　　　（三）企业盈利能力分析  
  
第七章 中^智林－2024-2030年户外广告行业投资分析与前景预测  
　　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 户外广告行业投资风险分析  
　　　　7.1.4 户外广告行业投资机会分析  
　　7.2 户外广告行业前景预测  
　　　　7.2.1 户外广告行业发展趋势分析  
　　　　7.2.2 户外广告行业发展前景预测  
　　7.3 户外广告行业投资建议  
　　　　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 1 户外广告按动态性分类  
　　图表 2 户外广告按动态性分类  
　　图表 3 户外广告行业相关法规政策  
　　图表 4 户外广告行业相关标准  
　　图表 5 2024年III季度—2015年III季度国内生产总值季度累计同比增长率（%）  
　　图表 6 2024年居民消费价格主要数据  
　　图表 7 2019-2024年居民消费价格指数（上年同月=100）  
　　图表 8 2024年按收入来源分的全国居民人均可支配收入及占比  
　　图表 9 2019-2024年工业增加值月度同比增长率（%）  
　　图表 10 2019-2024年固定资产投资完成额月度累计同比增长率（%）  
　　图表 11 2019-2024年全球户外广告需求规模预测  
　　图表 12 2024年我国户外广告投放  
　　图表 13 2024年我国户外广告投放品牌  
　　图表 14 2024年我国户外广告投放行业  
　　图表 15 户外广告现有市场对新进入者的威胁  
　　图表 16 2024年户外电子屏广告市场  
　　图表 17 2024年户外电子屏广告细分市场规模  
　　图表 18 2024年一线城市户外广告投放重点  
　　图表 19 二三线城市户外广告投放  
　　图表 20 近3年分众传媒控股有限公司资产负债率变化情况  
　　图表 21 近3年分众传媒控股有限公司产权比率变化情况  
　　图表 22 近3年分众传媒控股有限公司固定资产周转次数情况  
　　图表 23 近3年分众传媒控股有限公司流动资产周转次数变化情况  
　　图表 24 近3年分众传媒控股有限公司总资产周转次数变化情况  
　　图表 25 近3年分众传媒控股有限公司销售毛利率变化情况  
　　图表 26 近3年华视传媒集团有限公司资产负债率变化情况  
　　图表 27 近3年华视传媒集团有限公司产权比率变化情况  
　　图表 28 近3年华视传媒集团有限公司固定资产周转次数情况  
　　图表 29 近3年华视传媒集团有限公司流动资产周转次数变化情况  
　　图表 30 近3年华视传媒集团有限公司总资产周转次数变化情况  
　　图表 31 近3年华视传媒集团有限公司销售毛利率变化情况  
　　图表 32 近3年航美传媒集团资产负债率变化情况  
　　图表 33 近3年航美传媒集团产权比率变化情况  
　　图表 34 近3年航美传媒集团固定资产周转次数情况  
　　图表 35 近3年航美传媒集团流动资产周转次数变化情况  
　　图表 36 近3年航美传媒集团总资产周转次数变化情况  
　　图表 37 近3年航美传媒集团销售毛利率变化情况  
　　图表 38 近3年海南白马广告媒体投资有限公司资产负债率变化情况  
　　图表 39 近3年海南白马广告媒体投资有限公司产权比率变化情况  
　　图表 40 近3年海南白马广告媒体投资有限公司固定资产周转次数情况  
　　图表 41 近3年海南白马广告媒体投资有限公司流动资产周转次数变化情况  
　　图表 42 近3年海南白马广告媒体投资有限公司总资产周转次数变化情况  
　　图表 43 近3年海南白马广告媒体投资有限公司销售毛利率变化情况  
　　图表 44 近3年德高中国集团资产负债率变化情况  
　　图表 45 近3年德高中国集团产权比率变化情况  
　　图表 46 近3年德高中国集团固定资产周转次数情况  
　　图表 47 近3年德高中国集团流动资产周转次数变化情况  
　　图表 48 近3年德高中国集团总资产周转次数变化情况  
　　图表 49 近3年德高中国集团销售毛利率变化情况  
　　图表 50 近3年大贺传媒股份有限公司资产负债率变化情况  
　　图表 51 近3年大贺传媒股份有限公司产权比率变化情况  
　　图表 52 近3年大贺传媒股份有限公司固定资产周转次数情况  
　　图表 53 近3年大贺传媒股份有限公司流动资产周转次数变化情况  
　　图表 54 近3年大贺传媒股份有限公司总资产周转次数变化情况  
　　图表 55 近3年大贺传媒股份有限公司销售毛利率变化情况  
　　图表 56 近3年北京华语广电文化传媒有限公司资产负债率变化情况  
　　图表 57 近3年北京华语广电文化传媒有限公司产权比率变化情况  
　　图表 58 近3年北京华语广电文化传媒有限公司固定资产周转次数情况  
　　图表 59 近3年北京华语广电文化传媒有限公司流动资产周转次数变化情况  
　　图表 60 近3年北京华语广电文化传媒有限公司总资产周转次数变化情况  
　　图表 61 近3年北京华语广电文化传媒有限公司销售毛利率变化情况  
　　图表 62 近3年福州触动传媒有限公司资产负债率变化情况  
　　图表 63 近3年福州触动传媒有限公司产权比率变化情况  
　　图表 64 近3年福州触动传媒有限公司固定资产周转次数情况  
　　图表 65 近3年福州触动传媒有限公司流动资产周转次数变化情况  
　　图表 66 近3年福州触动传媒有限公司总资产周转次数变化情况  
　　图表 67 近3年福州触动传媒有限公司销售毛利率变化情况  
　　图表 68 近3年华铁传媒资产负债率变化情况  
　　图表 69 近3年华铁传媒产权比率变化情况  
　　图表 70 近3年华铁传媒固定资产周转次数情况  
　　图表 71 近3年华铁传媒流动资产周转次数变化情况  
　　图表 72 近3年华铁传媒总资产周转次数变化情况  
　　图表 73 近3年华铁传媒销售毛利率变化情况  
　　图表 74 近3年中铁传媒有限公司资产负债率变化情况  
　　图表 75 近3年中铁传媒有限公司产权比率变化情况  
　　图表 76 近3年中铁传媒有限公司固定资产周转次数情况  
　　图表 77 近3年中铁传媒有限公司流动资产周转次数变化情况  
　　图表 78 近3年中铁传媒有限公司总资产周转次数变化情况  
　　图表 79 近3年中铁传媒有限公司销售毛利率变化情况  
略……

了解《[中国户外广告行业现状调研及发展前景分析报告（2024-2030年）](https://www.20087.com/M_QiTa/89/HuWaiGuangGaoDeFaZhanQuShi.html)》，报告编号：1682289，

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/M_QiTa/89/HuWaiGuangGaoDeFaZhanQuShi.html>

了解更多，请访问上述链接，以下无内容！