

2024-2030年中国户外传媒行业市场深度研究及投资战略规划报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2024-2030年中国户外传媒行业市场深度研究及投资战略规划报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/channel/media/971944.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、报告目录及图表目录

《2024-2030年中国户外传媒行业市场深度研究及投资战略规划报告》由华经产业研究院研究团队精心研究编制，对户外传媒行业发展环境、市场运行现状进行了具体分析，还重点分析了行业竞争格局、重点企业的经营现状，结合户外传媒行业的发展轨迹和实践经验，对未来几年行业的发展趋向进行了专业的预判；为企业、科研、投资机构等单位投资决策、战略规划、产业研究提供重要参考。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据、海关总署、问卷调查数据、商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国家统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第1章 户外传媒行业发展综述

1.1 户外传媒行业概述

1.1.1 户外传媒的定义

1.1.2 户外传媒的分类

(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 户外传媒的特征

(1) 户外传媒形态特征

(2) 户外传媒传播特征

1.1.4 户外传媒行业的作用

(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 户外传媒行业种群分析

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 户外传媒行业种群结构分析

(1) 户外传媒行业产业链分析

- (2) 户外传媒行业的主要种群
- (3) 户外传媒行业的种群间关系
- 1.2.3 户外传媒行业种群矛盾分析
 - (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 户外传媒行业发展环境分析
 - 1.3.1 户外传媒行业政策环境分析
 - (1) 户外传媒行业监管部门
 - (2) 户外传媒行业法规政策
 - (3) 户外传媒行业相关标准
 - 1.3.2 户外传媒行业经济环境分析
 - (1) 国内宏观经济发展分析
 - (2) 国内宏观经济发展趋势
 - (3) 宏观环境对本行业影响
 - 1.3.3 户外传媒行业社会环境分析
 - (1) 户外传媒行业文化环境分析
 - (2) 户外传媒行业消费环境分析
 - (3) 户外传媒行业城市环境分析
 - 1.3.4 户外传媒行业技术环境分析

第2章 户外传媒行业发展现状分析

- 2.1 国际户外传媒行业发展分析
 - 2.1.1 国际户外传媒行业发展历程
 - 2.1.2 国际户外传媒行业整体状况
 - 2.1.3 美国户外传媒行业发展分析
 - 2.1.4 欧洲户外传媒行业发展分析
 - 2.1.5 亚洲国家户外传媒行业发展分析
- 2.2 中国户外传媒行业发展历程分析
 - 2.2.1 中国户外传媒行业发展历程
 - (1) 户外传媒行业恢复发展期
 - (2) 户外传媒行业改革发展期
 - (3) 户外传媒行业膨胀发展期
 - (4) 户外传媒行业平稳发展期
 - (5) 户外传媒行业迅速发展期

2.2.2 中国户外传媒行业发展特点

- (1) 行业的集中度明显增加
- (2) 广告策划达到专业水准
- (3) 户外传媒更加重视创意
- (4) 广告媒体资源争夺激烈

2.3 中国户外传媒行业市场发展分析

2.3.1 户外传媒行业市场规模

2.3.2 户外传媒投放行业分析

2.3.3 户外传媒投放品牌分析

2.3.4 户外媒体价格变化分析

2.3.5 户外传媒行业利润分析

2.4 中国户外传媒行业竞争状况分析

2.4.1 户外传媒行业竞争现状分析

2.4.2 户外传媒行业竞争格局分析

2.4.3 户外传媒行业潜在威胁分析

2.5 中国户外传媒行业发展机会与威胁

2.5.1 户外传媒行业发展的威胁

2.5.2 户外传媒行业发展的机会

第3章 户外传媒行业受众及投放效果分析

3.1 户外传媒行业受众分析

3.1.1 户外传媒受众生活形态分析

- (1) 受众户外时间分析
- (2) 受众交通工具选择

3.1.2 户外传媒受众广告接触习惯

- (1) 受众对户外传媒的接触频度分析
- (2) 不同年龄受众户外传媒接触情况
- (3) 不同收入受众户外传媒接触情况

3.1.3 户外传媒受众认知心理分析

- (1) 受众对户外传媒的认知情况
- (2) 户外传媒受众的偏好分析

3.1.4 户外传媒受众心理需求分析

3.2 户外传媒投放效果分析

3.2.1 户外传媒环境对投放效果影响分析

3.2.2 户外传媒创意对投放效果影响分析

3.2.3 户外传媒投放时机对效果影响分析

3.2.4 户外传媒媒体类型对效果影响分析

3.3 户外传媒设计及投放建议

3.3.1 户外传媒设计策略分析

- (1) 提升户外传媒的注意力
- (2) 增强户外传媒的记忆度
- (3) 扩张广告的印象空间
- (4) 户外传媒情感体验设计

3.3.2 户外传媒投放建议

- (1) 户外传媒投放时间选择
- (2) 户外传媒投放地段选择
- (3) 户外传媒投放媒体类型选择

第4章 户外传媒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

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
- 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
 - 4.3.5 京东商城电梯平面广告投放效果分析
 - (1) 调研背景分析
 - (2) 广告到达状况分析
 - (3) 广告创意分析
 - (4) 广告投放后产生的影响分析
- 4.4 户外传媒其他细分市场分析
 - 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5章 户外传媒所属行业区域市场分析

- 5.1 户外传媒行业市场区域发展概况
- 5.2 一线城市户外传媒行业市场分析
 - 5.2.1 一线城市户外传媒行业市场发展概况
 - 5.2.2 北京市户外传媒行业市场发展分析
 - (1) 北京市户外传媒行业管理规范
 - (2) 北京市户外传媒行业投放额分析
 - (3) 北京市户外传媒投放行业分析
 - (4) 北京市户外传媒投放品牌分析
 - (5) 北京市户外传媒媒体资源分析
 - 5.2.3 上海市户外传媒行业市场发展分析
 - 5.2.4 广州市户外传媒行业市场发展分析
 - 5.2.5 深圳市户外传媒行业市场发展分析
- 5.3 二三线城市户外传媒行业市场分析
 - 5.3.1 二三线城市户外传媒行业市场发展概况
 - 5.3.2 武汉市户外传媒行业市场发展分析
 - 5.3.3 南京市户外传媒行业市场发展分析
 - 5.3.4 杭州市户外传媒行业市场发展分析
 - 5.3.5 成都市户外传媒行业市场发展分析
 - 5.3.6 长沙市户外传媒行业市场发展分析
 - 5.3.7 重庆市户外传媒行业市场发展分析

第6章 户外传媒行业领先企业经营分析

- 6.1 户外传媒行业企业总体发展状况
- 6.2 户外传媒行业领先企业经营分析
 - 6.2.1 分众传媒(中国)控股有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析
- 6.2.2 航美传媒集团有限公司经营情况分析
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营情况分析
 - (3) 企业经营优劣势分析
- 6.2.3 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) 企业经营情况分析
 - (3) 企业经营优劣势分析
- 6.2.4 德高集團（國際）股份有限公司经营情况分析
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营情况分析
 - (3) 企业经营优劣势分析
- 6.2.5 金钟户外传媒集团股份有限公司经营情况分析
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营情况分析
 - (3) 企业经营优劣势分析

第7章 户外传媒行业投资分析与前景预测

7.1 户外传媒行业投资分析

7.1.1 户外传媒行业投资特性分析

7.1.2 户外传媒行业投资现状分析

7.1.3 户外传媒行业投资风险分析

7.2 户外传媒行业前景预测

7.2.1 户外传媒行业发展趋势分析

7.2.2 户外传媒行业发展前景预测

7.3 户外传媒行业投资建议

7.3.1 户外传媒行业投资价值

7.3.2 户外传媒行业可投资方向

7.3.3 户外传媒行业投资方式建议

图表目录：

图表1：户外传媒按表现性质分类

图表2：户外传媒按表现形式分类

图表3：户外传媒按动态性分类

图表4：户外传媒按购买方式分类

图表5：户外传媒与城市建设的关系

图表6：户外传媒与城市文化形象的关系

图表7：户外传媒与城市经济发展的关系

图表8：媒介生态种群特征分析

图表9：户外传媒产业链示意图

图表10：我国户外传媒行业中的主要种群

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/channel/media/971944.html>