2022-2027年中国户外电子屏广告行业市场发展现 状及投资前景展望报告

报告大纲

华经情报网 www.huaon.com

一、报告简介

华经情报网发布的《2022-2027年中国户外电子屏广告行业市场发展现状及投资前景展望报告》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/757225.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

户外电子屏广告业务以数字化、电子化、网络化的商业终端为主要信息传输系统,以自身所在的细分户外区域内的主要人群为受众,以广告主为主要客户,为广告主营销自身的产品所进行服务活动。

本研究报告数据主要采用国家统计数据,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:

- 第一部分 行业发展现状
- 第一章 户外电子屏广告行业发展综述
- 第一节 户外电子屏广告市场定义
- 一、定义
- 二、服务模式
- 三、分类
- 第二节 户外电子屏广告的作用及规划原则
- 一、户外电子屏广告的作用
- 二、未来户外广告规划原则

第三节 户外电子屏广告是户外广告和电视媒体的结合

- 一、传统户外广告的视频化
- 二、电视媒体的户外化
- 三、户外广告和电视媒体结合

第四节 户外电子屏广告专业术语介绍

- 一、市场规模
- 二、广告主客户
- 三、电子屏数量
- 四、千人成本
- 五、广告环境及编辑环境
- 六、到达率及收视率
- 七、电视媒体
- 八、其他术语
- 第二章 户外电子屏广告市场媒体发展概述
- 第一节 户外视频媒体广告市场媒体简介
- 第二节 户外LED显示屏概述

- 一、简介
- 二、媒体
- 三、注意事项
- 四、户外LED显示屏与室内LED显示屏的区别
- 第三节 户外LCD显示屏概述
- 一、户外液晶显示屏与普通显示器的区别
- 二、户外液晶广告机介绍
- 三、户外LCD广告机与户外LED广告机的区别
- 第四节 户外电子显示屏的市场思考
- 一、户外广告新媒体的利用特点
- 二、户外广告新媒体的创新价值
- 三、户外电子显示屏媒体的市场新思考
- 第五节 电子显示屏的市场供给分析
- 一、液晶显示屏产量
- 二、LED产量分析
- 三、显示器产量
- 四、彩色电视机产量
- 第三章 户外电子屏广告行业市场环境及影响分析 (PEST)
- 第一节 户外电子屏广告行业政治法律环境 (P)
- 一、行业主要政策法规
- 二、政策环境对行业的影响
- 第二节 行业经济环境分析(E)
- 一、经济发展现状分析
- 二、当前经济主要问题
- 三、未来经济运行与政策展望
- 四、宏观经济环境对行业的影响分析
- 第三节 行业社会环境分析(S)
- 一、户外电子屏广告产业社会环境
- 二、社会环境对行业的影响
- 第四节 行业技术环境分析(T)
- 一、户外电子屏广告技术分析
- 二、行业主要技术发展趋势
- 三、技术环境对行业的影响
- 第二部分 行业市场调研
- 第四章 2017-2021年我国户外电子屏广告行业运行现状分析

第一节 户外电子屏广告发展现状

- 一、国外发展现状
- 二、国内发展现状

第二节 户外电子屏广告规模分析

- 一、户外电子屏广告市场规模
- 二、户外电子屏广告竞争格局
- 三、中国户外媒体市场规模
- 四、中国户外电子屏广告各细分市场规模

第五章 2017-2021年我国户外电子屏广告行业细分市场调研

第一节 公交地铁电子屏广告市场

- 一、公交地铁电子屏广告市场规模
- 二、公交地铁电子屏广告市场竞争格局
- 三、公交地铁电子屏广告市场发展趋势

第二节 商业楼宇电子屏广告市场

- 一、商业楼宇电子屏广告市场规模
- 二、商业楼宇电子屏广告市场竞争格局
- 三、商业楼宇电子屏广告市场发展趋势

第三节 航空终端电子屏广告市场

- 一、航空终端电子屏广告市场规模
- 二、航空终端电子屏广告市场竞争格局
- 三、航空终端电子屏广告市场发展趋势

第四节 超大LED电子屏广告市场

- 一、超大LED电子屏广告市场规模
- 二、超大LED电子屏广告市场竞争格局
- 三、超大LED电子屏广告市场发展趋势

第六章 2017-2021年我国户外电子屏广告市场供需形势

第一节 广告主营销趋势分析

六、越来越乐意尝试或使用更多元化的媒介

第二节 公共交通及商业楼宇建设发展情况

- 一、公交地铁发展情况
- 二、机场生产统计情况
- 1、通航城市和机场
- 2、主要生产指标
- 3、旅客吞吐量分布
- 4、机场货邮吞吐量分布

- 三、商业楼宇建设情况
- 第三节 户外视频媒体的广告价值解析
- 第三部分 竞争格局分析
- 第七章 2017-2021年户外电子屏广告行业竞争分析
- 第一节 户外电子屏广告行业竞争结构分析
- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析
- 四、供应商议价能力
- 五、客户议价能力
- 六、竞争结构特点总结
- 第二节 户外电子屏广告企业核心竞争力分析
- 一、资源获取能力
- 二、技术创新能力
- 三、创意策划能力
- 第三节 户外电子屏广告企业提升竞争力策略
- 一、加大投入人力资源的引进和开发
- 二、实施完备的差异化战略组建方案
- 三、做好基于SWOT分析的精准定位
- 1、优势 (Strengths)
- 2、劣势 (Weakness)
- 3、机遇 (Opportunity)
- 4、威胁 (Threats)
- 5、基于SWOT分析的战略
- 第八章 户外电子屏广告行业领先企业分析
- 第一节 分众传媒控股有限公司
- 一、企业简介
- 二、企业经营状况
- 三、企业竞争力分析
- 四、企业发展战略
- 第二节 航美传媒集团
- 一、企业简介
- 二、企业经营状况
- 三、企业竞争力分析
- 四、企业发展战略

第三节 华视传媒集团有限公司

- 一、企业简介
- 二、企业经营状况
- 三、企业竞争力分析
- 四、企业发展战略

第四节 世通华纳传媒控股有限公司

- 一、企业简介
- 二、企业经营状况
- 三、企业竞争力分析
- 四、企业发展战略

第五节 郁金香传媒有限公司

- 一、企业简介
- 二、企业经营状况
- 三、企业竞争力分析
- 四、企业发展战略

第六节 CCTV移动传媒有限公司

- 一、企业简介
- 二、企业经营状况
- 三、企业竞争力分析
- 四、企业发展战略

第七节 迪岸传媒集团

- 一、企业简介
- 二、企业经营状况
- 三、企业竞争力分析
- 四、企业发展战略

第八节 兆讯传媒广告股份有限公司

- 一、企业简介
- 二、企业经营状况
- 三、企业竞争力分析
- 四、企业发展战略

第九节 凤凰都市传媒有限公司

- 一、企业简介
- 二、企业经营状况
- 三、企业竞争力分析
- 四、企业发展战略

第十节 北京乾坤鼎程传媒广告有限公司

- 一、企业简介
- 二、企业经营状况
- 三、企业竞争力分析
- 四、企业发展战略

第四部分 行业前景调研展望

第九章 2022-2027年户外电子屏广告行业前景及趋势

第一节 广告产业发展"十四五"规划

- 一、规划背景
- 二、指导思想、基本原则和规划目标
- 三、重点任务
- 四、政策措施
- 五、加强对规划实施的组织领导

第二节 户外电子屏广告发展趋势

- 一、中国户外广告大趋势预测
- 二、LED电子屏广告的新趋势
- 三、户外电子屏广告投资预测

第三节 户外电子屏广告规模预测

- 一、2022-2027年户外电子屏广告市场规模预测
- 二、2022-2027年户外电子屏广告细分市场规模

第四节 户外电子屏广告前景展望

- 一、户外电子屏广告的价值分析
- 二、户外电子屏广告的发展之路
- 三、户外电子屏广告的市场走向

第十章 2022-2027年户外电子屏广告行业投资价值评估分析

第一节 2022-2027年户外电子屏广告行业发展的影响因素

- 一、有利因素
- 1、文化传媒行业步入黄金时期
- 2、营销服务行业步入加速成长阶段
- 3、互联网及移动互联网服务公司的广告大战
- 4、巨头间的合作催生多赢局面
- 5、广告主广告预算上升
- 6、传统户外媒体继续整治
- 一、不利因素
- 1、个人便携数码娱乐终端对收视率的影响

- 2、拥挤嘈杂环境中传播效果受影响
- 3、通胀使运营成本继续提高
- 4、厂商核心竞争力需要加强
- 5、缺乏专业人才
- 6、管制措施将对市场产生影响

第二节 2022-2027年户外电子屏广告行业投资机会与风险

- 一、LED技术革命对户外广告的影响
- 二、户外视频广告在特大型城市魅力渐失

第三节 2022-2027年户外电子屏广告行业投资收益分析

第十一章 2022-2027年户外电子屏广告行业面临的困境及对策

第一节 户外广告发展存在的问题分析

- 一、整体意识的缺乏
- 二、信息的爆炸与污染
- 三、新旧媒体的"战争"
- 四、创意的"无为"
- 五、商业意识的"枷锁"
- 六、与城市环境的不协调

第二节 户外广告与城市形象建设探析

- 一、户外广告在城市形象建设中的地位和作用
- 二、城市形象建设中户外广告的发展与利用原则
- 三、城市形象建设利用户外广告存在的问题与对策

四、总结

第三节 户外电子屏广告发展对策分析

第四节 建议

- 一、创新盈利商业模式
- 二、推动整改产业链
- 三、行业未来发展畅想

第五部分 投资规划建议研究

第十二章 户外电子屏广告行业投资规划建议研究

第一节 户外电子屏广告企业的营销策略

- 一、品牌营销
- 二、受众营销
- 三、关系营销
- 四、生态营销

第二节 户外电子屏广告企业投资前景规划

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第三节 户外电子屏广告的四大蓝海战略

第十三章 户外电子屏广告企业投融资及IPO上市策略指导

第一节 户外电子屏广告企业融资渠道与选择分析

- 一、户外电子屏广告企业融资方法与渠道简析
- 二、利用股权融资谋划企业发展机遇
- 三、利用政府杠杆拓展企业融资渠道
- 四、适度债权融资配置自身资本结构
- 五、关注民间资本和外资的投资动向

第二节 户外电子屏广告企业境内IPO上市目的及条件

- 一、户外电子屏广告企业境内上市主要目的
- 二、户外电子屏广告企业上市需满足的条件
- 三、企业改制上市中的关键问题

第三节 户外电子屏广告企业IPO上市的相关准备

第四节 户外电子屏广告企业IPO上市的规划实施

第五节 企业IPO上市审核工作流程

- 一、企业IPO上市基本审核流程
- 二、企业IPO上市具体审核环节
- 三、与发行审核流程相关的事项

第十四章 研究结论及投资建议

第一节 研究结论

第二节 投资建议

- 一、对户外电子屏广告运营商的建议
- 二、对广告主的建议
- 三、对广告代理公司的建议

详细请访问: https://www.huaon.com//channel/media/757225.html