

2019-2025年中国户外电子屏广告行业市场供需预测及投资战略研究咨询报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2019-2025年中国户外电子屏广告行业市场供需预测及投资战略研究咨询报告》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/detail/378510.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

户外电子屏在过去的几年内发展得非常迅速，几乎已经占领了能够开发的所有领域，人们生活空间中的很多终端和渠道都会有户外电子屏的存在。随着科技的不断发展，人们生活节奏的不断提高，户外电子屏这种新型媒体模式的出现顺理成章。户外电子屏改变了户外媒体的格局，从最早的分众传媒，到后来的华视、航美，从最早的楼宇电子屏，到后来的地铁、公交乃至航空等领域的户外电子屏，参与到户外电子屏市场的企业越来越多，户外电子屏的覆盖领域也越来越广。这种新媒体形式逐渐融入到人们的生活之中，越发被人们所接受。

户外广告制作是在九十年代末期产生，近两年发展起来的。如今，众多的广告公司越来越关注户外广告的创意、设计效果的实现。各行各业热切希望迅速提升企业形象，传播商业信息，各级政府也希望通过户外广告树立城市形象，美化城市。这些都给户外广告制作提供了巨大的市场机会，也因此提出了更高的要求。

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：

第一章 户外电子屏广告行业相关概述

1.1 户外电子屏广告行业定义及特点

1.1.1 户外电子屏广告行业的定义

1.1.2 户外电子屏广告行业服务特点

1.2 户外电子屏广告行业相关分类

1.3 户外电子屏广告行业盈利模式分析

第二章 2016-2018年中国户外电子屏广告行业发展环境分析

2.1 户外电子屏广告行业政治法律环境（P）

2.1.1 行业主管单位及监管体制

2.1.2 行业相关法律法规及政策

2.1.3 政策环境对行业的影响

2.2 户外电子屏广告行业经济环境分析（E）

2.2.1 国际宏观经济分析

2.2.2 国内宏观经济分析

2.2.3 产业宏观经济分析

2.2.4 宏观经济环境对行业的影响分析

2.3 户外电子屏广告行业社会环境分析（S）

2.3.1 人口发展变化情况

2.3.2 城镇化水平

2.3.3 居民消费水平及观念分析

2.3.4 社会文化教育水平

2.3.5 社会环境对行业的影响

2.4 户外电子屏广告行业技术环境分析 (T)

2.4.1 户外电子屏广告技术分析

2.4.2 户外电子屏广告技术发展水平

2.4.3 行业主要技术发展趋势

2.4.4 技术环境对行业的影响

第三章 全球户外电子屏广告行业发展概述

3.1 2016-2018年全球户外电子屏广告行业发展情况概述

3.1.1 全球户外电子屏广告行业发展现状

3.1.2 全球户外电子屏广告行业发展特征

3.1.3 全球户外电子屏广告所属行业市场规模

3.2 2016-2018年全球主要地区户外电子屏广告行业发展状况

3.2.1 欧洲户外电子屏广告行业发展情况概述

3.2.2 美国户外电子屏广告行业发展情况概述

3.2.3 日韩户外电子屏广告行业发展情况概述

3.3 2019-2025年全球户外电子屏广告行业趋势预测分析

3.3.1 全球户外电子屏广告所属行业市场规模预测

3.3.2 全球户外电子屏广告行业趋势预测分析

3.3.3 全球户外电子屏广告行业发展趋势分析

3.4 全球户外电子屏广告行业重点企业发展动态分析

第四章 中国户外电子屏广告行业发展概述

4.1 中国户外电子屏广告行业发展状况分析

4.1.1 中国户外电子屏广告行发展概况

4.1.2 中国户外电子屏广告行发展特点

4.2 2016-2018年户外电子屏广告行业发展现状

4.2.1 2016-2018年户外电子屏广告所属行业市场规模

4.2.2 2016-2018年户外电子屏广告行业发展现状

4.3 2019-2025年中国户外电子屏广告行业面临的困境及对策

4.3.1 户外电子屏广告行业发展面临的瓶颈及对策分析

1、户外电子屏广告行业面临的瓶颈

2、户外电子屏广告行业发展对策分析

4.3.2 户外电子屏广告企业发展存在的问题及对策

1、户外电子屏广告企业发展存在的不足

2、户外电子屏广告企业投资策略

第五章 中国户外电子屏广告行业市场运行分析

5.1 市场发展现状分析

5.1.1 市场现状

5.1.2 市场容量

5.2 2016-2018年中国户外电子屏广告所属行业总体规模分析

5.2.1 企业数量结构分析

5.2.2 人员规模状况分析

5.2.3 行业资产规模分析

5.2.4 所属行业市场规模分析

5.3 2016-2018年中国户外电子屏广告行业市场供需分析

5.3.1 中国户外电子屏广告行业供给分析

5.3.2 中国户外电子屏广告行业需求分析

5.3.3 中国户外电子屏广告行业供需平衡

5.4 2016-2018年中国户外电子屏广告所属行业财务指标总体分析

5.4.1 行业盈利能力分析

5.4.2 行业偿债能力分析

5.4.3 行业营运能力分析

5.4.4 行业发展能力分析

第六章 中国户外电子屏广告行业细分市场调研

6.1 细分市场一

6.1.1 市场发展特点分析

6.1.2 目标消费群体

6.1.3 主要业态现状

6.1.4 市场规模

6.1.5 发展潜力

6.2 细分市场二

6.2.1 市场发展特点分析

6.2.2 目标消费群体

6.2.3 主要业态现状

6.2.4 市场规模

6.2.5 发展潜力

6.3 细分市场三

6.3.1 市场发展特点分析

6.3.2 目标消费群体

6.3.3 主要业态现状

6.3.4 市场规模

6.3.5 发展潜力

6.4 建议

6.4.1 细分市场评估结论

6.4.2 细分市场建议

第七章 户外电子屏广告行业目标客户群分析

7.1 消费者偏好分析

7.2 消费者行为分析

7.3 户外电子屏广告行业品牌认知度分析

7.4 消费人群分析

7.4.1 年龄分布情况

7.4.2 性别分布情况

7.4.3 职业分布情况

7.4.4 收入分布情况

7.5 需求影响因素

7.5.1 价格

7.5.2 服务质量

7.5.3 其他

第八章 户外电子屏广告行业营销模式分析

8.1 营销策略组合理论分析

8.2 营销模式的基本类型分析

8.3 户外电子屏广告行业营销现状分析

8.4 户外电子屏广告行业电子商务的应用情况分析

8.5 户外电子屏广告行业营销创新发展趋势分析

第九章 户外电子屏广告行业商业模式分析

9.1 商业模式的相关概述

9.1.1 参考模型

9.1.2 成功特征

9.1.3 历史发展

9.2 户外电子屏广告行业主要商业模式案例分析

9.2.1 案例一

9.2.2 案例二

9.2.3 案例三

9.3 户外电子屏广告行业商业模式创新分析

9.3.1 商业模式创新的内涵与特征

9.3.2 商业模式创新的因素分析

9.3.3 商业模式创新的目标与路径

9.3.4 商业模式创新的实践与启示

9.3.5 2018年最具颠覆性创新的商业模式分析

9.3.6 户外电子屏广告行业商业模式创新选择

第十章 中国户外电子屏广告行业市场竞争格局分析

10.1 中国户外电子屏广告行业竞争格局分析

10.1.1 户外电子屏广告行业区域分布格局

10.1.2 户外电子屏广告行业企业规模格局

10.1.3 户外电子屏广告行业企业性质格局

10.2 中国户外电子屏广告行业竞争五力分析

10.2.1 户外电子屏广告行业上游议价能力

10.2.2 户外电子屏广告行业下游议价能力

10.2.3 户外电子屏广告行业新进入者威胁

10.2.4 户外电子屏广告行业替代产品威胁

10.2.5 户外电子屏广告行业现有企业竞争

10.3 中国户外电子屏广告行业竞争SWOT分析

10.3.1 户外电子屏广告行业优势分析（S）

10.3.2 户外电子屏广告行业劣势分析（W）

10.3.3 户外电子屏广告行业机会分析（O）

10.3.4 户外电子屏广告行业威胁分析（T）

10.4 中国户外电子屏广告行业投资兼并重组整合分析

10.4.1 投资兼并重组现状

10.4.2 投资兼并重组案例

10.5 中国户外电子屏广告行业重点企业竞争策略分析

第十一章 中国户外电子屏广告行业领先企业竞争力分析

11.1 分众传媒控股有限公司

11.1.1 企业发展基本情况

11.1.2 企业业务发展情况

11.1.3 企业竞争优势分析

11.1.4 企业经营状况分析

11.1.5 企业最新发展动态

11.1.6 企业投资前景分析

11.2 航美传媒集团

11.2.1 企业发展基本情况

11.2.2 企业业务发展情况

11.2.3 企业竞争优势分析

11.2.4 企业经营状况分析

11.2.5 企业最新发展动态

11.2.6 企业投资前景分析

11.3 华视传媒集团有限公司

11.3.1 企业发展基本情况

11.3.2 企业业务发展情况

11.3.3 企业竞争优势分析

11.3.4 企业经营状况分析

11.3.5 企业最新发展动态

11.3.6 企业投资前景分析

11.4 世通华纳传媒控股有限公司

11.4.1 企业发展基本情况

11.4.2 企业业务发展情况

11.4.3 企业竞争优势分析

11.4.4 企业经营状况分析

11.4.5 企业最新发展动态

11.4.6 企业投资前景分析

第十二章 2019-2025年中国户外电子屏广告行业发展趋势与前景分析

12.1 2019-2025年中国户外电子屏广告市场趋势预测

12.1.1 2019-2025年户外电子屏广告市场发展潜力

12.1.2 2019-2025年户外电子屏广告市场趋势预测展望

12.1.3 2019-2025年户外电子屏广告细分行业趋势预测分析

12.2 2019-2025年中国户外电子屏广告市场发展趋势预测

12.2.1 2019-2025年户外电子屏广告行业发展趋势

12.2.2 2019-2025年户外电子屏广告市场规模预测

12.2.3 2019-2025年细分市场发展趋势预测

12.3 2019-2025年中国户外电子屏广告行业供需预测

12.3.1 2019-2025年中国户外电子屏广告行业供给预测

12.3.2 2019-2025年中国户外电子屏广告行业需求预测

12.3.3 2019-2025年中国户外电子屏广告供需平衡预测

12.4 影响企业经营的关键趋势

12.4.1 行业发展有利因素与不利因素

12.4.2 需求变化趋势及新的商业机遇预测

12.4.3 服务业开放对户外电子屏广告行业的影响

12.4.4 互联网+背景下户外电子屏广告行业的发展趋势

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/378510.html>