

2016-2022年中国户外广告 市场运行态势及投资策略建议报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2016-2022年中国户外广告市场运行态势及投资策略建议报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.abaogao.com/b/chuanmei/998477E4E3.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

企业成功的关键就在于，是否能够在需求尚未形成之时就牢牢的锁定并捕捉到它。那些成功的企业往往都会倾尽毕生的精力及资源搜寻产业的当前需求、潜在需求以及新的需求！

随着户外广告行业竞争的不断加剧，大型户外广告机构间并购整合与资本运作日趋频繁，国内优秀的户外广告企业愈来愈重视对行业市场的研究，特别是对当前市场环境和发展趋势变化的深入研究，以期提前占领市场，取得先发优势。

智研数据研究中心发布的《2016-2022年中国户外广告市场运行态势及投资策略建议报告》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研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一，具有重要的参考价值！

智研数据研究中心是国内权威的市场调查、行业分析专家，主要服务有市场调查报告，行业分析报告，投资发展报告，市场研究报告,市场分析报告,行业研究报告,行业调查报告,投资咨询报告,投资情报，免费报告,行业咨询,数据等，是中国知名的研究报告提供商。

报告目录：

第1章：户外广告行业发展综述13

1.1 户外广告行业概述13

1.1.1 户外广告的定义13

1.1.2 户外广告的分类13

（1）按媒体所处位置分类13

（2）按广告表现性质分类13

（3）按表现形式不同分类14

（4）其他形式的分类14

1.1.3 户外广告的特征15

（1）户外广告形态特征15

（2）户外广告传播特征18

1.1.4 户外广告行业的作用21

（1）与城市建设的关系21

（2）与城市文化形象的关系22

- (3) 与城市经济发展的关系23
- 1.2 户外广告行业种群分析24
 - 1.2.1 媒介生态种群概述24
 - (1) 媒介生态种群定义24
 - (2) 媒介生态种群特征25
 - 1.2.2 户外广告行业种群结构分析26
 - (1) 户外广告行业的主要种群26
 - (2) 户外广告行业的种群间关系27
 - 1.2.3 户外广告行业种群矛盾分析29
 - (1) 广告主种群与广告媒介种群矛盾30
 - (2) 广告公司种群内部矛盾32
 - (3) 广告公司种群与资本种群间矛盾33
- 1.3 户外广告行业发展环境分析36
 - 1.3.1 户外广告行业政策环境分析36
 - (1) 户外广告行业监管部门36
 - (2) 户外广告行业法规政策37
 - (3) 户外广告行业相关标准39
 - 1.3.2 户外广告行业经济环境分析40
 - (1) 国内宏观经济发展分析40
 - (2) 国内宏观经济发展趋势40
 - (3) 宏观环境对本行业影响41
 - 1.3.3 户外广告行业社会环境分析41
 - (1) 户外广告行业文化环境分析41
 - (2) 户外广告行业消费环境分析42
 - (3) 户外广告行业城市环境分析44
 - 1.3.4 户外广告行业技术环境分析45
 - (1) 行业技术专利申请数量分析45
 - (2) 行业技术专利申请人分析45
 - (3) 行业热门技术发展分析46

第2章：户外广告行业发展现状分析48

2.1 国际户外广告行业发展分析48

2.1.1 国际户外广告行业发展历程	48
2.1.2 国际户外广告行业整体状况	49
2.1.3 美国户外广告行业发展分析	51
(1) 美国户外广告行业管理规范	51
(2) 美国户外广告行业市场规模	52
(3) 美国户外广告行业需求结构	52
(4) 美国户外广告行业重点客户	53
2.1.4 欧洲户外广告行业发展分析	54
(1) 欧洲户外广告行业规模分析	54
(2) 欧洲户外广告发展形态分析	57
(3) 欧洲户外广告发布内容分析	58
(4) 欧洲户外广告行业前景预测	58
2.1.5 亚洲国家户外广告行业发展分析	58
(1) 日本户外广告行业发展分析	58
(2) 新加坡户外广告行业发展分析	60
(3) 印度户外广告行业发展分析	62
2.2 中国户外广告行业发展历程分析	63
2.2.1 中国户外广告行业发展历程	63
(1) 户外广告行业恢复发展期	63
(2) 户外广告行业改革发展期	63
(3) 户外广告行业膨胀发展期	64
(4) 户外广告行业平稳发展期	64
(5) 户外广告行业迅速发展期	65
2.2.2 中国户外广告行业发展特点	65
(1) 行业的集中度明显增加	65
(2) 广告策划达到专业水准	66
(3) 户外广告更加重视创意	66
(4) 广告媒体资源争夺激烈	67
2.3 中国户外广告行业市场发展分析	67
2.3.1 户外广告行业市场规模	67
2.3.2 户外广告投放行业分析	68
2.3.3 户外广告投放品牌分析	69

- 2.3.4 户外媒体价格变化分析71
- 2.3.5 户外广告行业利润分析73
- 2.4 中国户外广告行业竞争状况分析74
 - 2.4.1 户外广告行业竞争现状分析74
 - 2.4.2 户外广告行业竞争格局分析75
 - 2.4.3 户外广告行业潜在威胁分析77
- 2.5 中国户外广告行业发展机会与威胁78
 - 2.5.1 户外广告行业发展的威胁78
 - 2.5.2 户外广告行业发展的机会79

第3章：户外广告行业受众及投放效果分析81

- 3.1 户外广告行业受众分析81
 - 3.1.1 户外广告受众生活形态分析81
 - (1) 受众户外时间分析81
 - (2) 受众交通工具选择81
 - 3.1.2 户外广告受众广告接触习惯82
 - (1) 受众对户外广告的接触频度分析82
 - (2) 不同年龄受众户外广告接触情况82
 - (3) 不同收入受众户外广告接触情况82
 - 3.1.3 户外广告受众认知心理分析83
 - (1) 受众对户外广告的认知情况83
 - (2) 户外广告受众的偏好分析83
 - 3.1.4 户外广告受众心理需求分析85
- 3.2 户外广告投放效果分析86
 - 3.2.1 户外广告环境对投放效果影响分析86
 - 3.2.2 户外广告创意对投放效果影响分析87
 - 3.2.3 户外广告投放时机对效果影响分析87
 - 3.2.4 户外广告媒体类型对效果影响分析88
- 3.3 户外广告设计及投放建议89
 - 3.3.1 户外广告设计策略分析89
 - (1) 提升户外广告的注意力89
 - (2) 增强户外广告的记忆度92

- (3) 扩张广告的梦想空间94
- (4) 户外广告情感体验设计95
- 3.3.2 户外广告投放建议97
 - (1) 户外广告投放时间选择98
 - (2) 户外广告投放地段选择98
 - (3) 户外广告投放媒体类型选择99

- 第4章：户外广告行业主要细分市场分析100
 - 4.1 户外电子屏广告市场分析100
 - 4.1.1 户外电子屏广告市场定义及分类100
 - (1) 户外电子屏广告市场定义100
 - (2) 户外电子屏广告市场分类100
 - 4.1.2 户外电子屏广告市场现状分析101
 - (1) 户外电子屏广告市场整体规模101
 - (2) 户外电子屏广告市场竞争格局103
 - 4.1.3 户外电子屏广告细分领域分析105
 - (1) 户外电子屏广告细分领域规模105
 - (2) 公交地铁电子屏广告市场分析106
 - (3) 商业楼宇电子屏广告市场分析108
 - (4) 航空电子屏广告市场分析110
 - 4.1.4 户外电子屏广告市场发展趋势112
 - (1) 户外电子屏广告促进因素分析112
 - (2) 户外电子屏广告市场规模预测113
 - 4.2 公交车身广告市场分析114
 - 4.2.1 公交车身广告定义及特点114
 - (1) 公交车身广告定义114
 - (2) 公交车身广告特点114
 - (3) 公交车身广告优势115
 - 4.2.2 公交车身广告市场现状分析117
 - (1) 公交车身广告市场规模117
 - (2) 公交车身广告市场竞争情况118
 - (3) 公交车身广告区域市场情况118

- 4.2.3 公交车身广告投放情况分析120
 - (1) 公交车身广告投放行业分析120
 - (2) 公交车身广告投放品牌分析121
- 4.2.4 公交车身广告投放效果分析122
 - (1) 公交车身广告投放效果影响因素122
 - (2) 公交车身广告投放效果评测分析123
 - (3) 公交车身广告投放效果预测124
- 4.3 电梯平面广告市场分析124
 - 4.3.1 电梯平面广告基本情况124
 - (1) 电梯平面广告基本尺寸124
 - (2) 电梯平面广告基本形式124
 - (3) 电梯平面广告画面制造125
 - (4) 电梯平面广告目标受众125
 - 4.3.2 电梯平面广告市场现状分析126
 - (1) 电梯平面广告市场发展状况126
 - (2) 电梯平面广告区域市场情况126
 - 4.3.3 电梯平面广告投放情况分析127
 - (1) 电梯平面广告投放覆盖面分析127
 - (2) 电梯平面广告投放行业分析127
 - (3) 电梯平面广告投放品牌分析127
 - 4.3.4 电梯平面广告投放效果分析127
 - (1) 电梯平面广告到达率评估127
 - (2) 目标受众的评价129
 - (3) 电梯平面广告的效果体现130
 - 4.3.5 京东商城电梯平面广告投放效果分析130
 - (1) 调研背景分析130
 - (2) 广告到达状况分析131
 - (3) 广告创意分析132
 - (4) 广告投放后产生的影响分析135
- 4.4 户外广告其他细分市场分析136
 - 4.4.1 射灯广告市场分析136
 - (1) 射灯广告市场发展现状136

(2) 射灯广告市场发展趋势136

4.4.2 候车亭广告市场分析137

(1) 候车亭广告市场发展现状137

(2) 候车亭广告市场发展趋势137

4.4.3 单立柱广告市场分析137

(1) 单立柱广告市场发展现状138

(2) 单立柱广告市场发展趋势138

4.4.4 霓虹灯广告市场分析138

(1) 霓虹灯广告市场发展现状138

(2) 霓虹灯广告市场发展趋势139

第5章：户外广告行业区域市场分析140

5.1 户外广告行业市场区域发展概况140

5.2 一线城市户外广告行业市场分析140

5.2.1 一线城市户外广告行业市场发展概况140

5.2.2 北京市户外广告行业市场发展分析141

(1) 北京市户外广告行业管理规范141

(2) 北京市户外广告行业投放额分析142

(3) 北京市户外广告投放行业分析143

(4) 北京市户外广告投放品牌分析144

(5) 北京市户外广告媒体资源分析145

5.2.3 上海市户外广告行业市场发展分析148

(1) 上海市户外广告行业管理规范148

(2) 上海市户外广告行业投放额分析149

(3) 上海市户外广告行业领先企业分析150

(4) 上海市机场类户外广告分析151

(5) 上海市旅游类户外广告媒体选择分析152

(6) 上海市户外广告媒体资源分析152

5.2.4 广州市户外广告行业市场发展分析154

(1) 广州市户外广告行业管理规范154

(2) 广州市户外广告行业投放额分析155

(3) 广州市机场类户外广告分析156

- (4) 广州市户外广告投放热点区域156
- (5) 广州市户外广告行业竞争情况157
- 5.2.5 深圳市户外广告行业市场发展分析157
 - (1) 深圳市户外广告行业管理规范158
 - (2) 深圳市户外广告行业市场现状159
 - (3) 深圳市户外广告媒体资源分析160
 - (4) 深圳市户外广告行业竞争情况160
- 5.3 二三线城市户外广告行业市场分析161
 - 5.3.1 二三线城市户外广告行业市场发展概况161
 - 5.3.2 武汉市户外广告行业市场发展分析161
 - (1) 武汉市户外广告行业管理规范162
 - (2) 武汉市户外广告行业市场现状162
 - (3) 武汉市户外广告媒体资源分析164
 - (4) 武汉市户外广告行业竞争情况165
 - 5.3.3 南京市户外广告行业市场发展分析165
 - (1) 南京市户外广告行业管理规范165
 - (2) 南京市户外广告行业市场现状166
 - (3) 南京市户外广告媒体资源分析167
 - (4) 南京市户外广告行业整治情况168
 - 5.3.4 杭州市户外广告行业市场发展分析168
 - (1) 杭州市户外广告行业管理规范169
 - (2) 杭州市户外广告行业市场现状170
 - (3) 杭州市户外广告媒体资源分析171
 - (4) 杭州市户外广告行业竞争情况171
 - 5.3.5 成都市户外广告行业市场发展分析172
 - (1) 成都市户外广告行业管理规范172
 - (2) 成都市户外广告行业市场现状173
 - (3) 成都市户外广告媒体资源分析174
 - (4) 成都市户外广告行业竞争情况175
 - 5.3.6 长沙市户外广告行业市场发展分析175
 - (1) 长沙市户外广告行业管理规范175
 - (2) 长沙市户外广告行业市场现状176

- (3) 长沙市户外广告媒体资源分析177
- (4) 长沙市户外广告行业整治情况179
- 5.3.7 重庆市户外广告行业市场发展分析180
 - (1) 重庆市户外广告行业管理规范180
 - (2) 重庆市户外广告行业市场现状181
 - (3) 重庆市户外广告媒体资源分析182
 - (4) 重庆市户外广告行业整治情况183

第6章：户外广告行业领先企业经营分析184

- 6.1 户外广告行业企业总体发展状况184
- 6.2 户外广告行业领先企业经营分析184
 - 6.2.1 分众传媒控股有限公司经营情况分析184
 - (1) 企业发展简况分析184
 - (2) 主要经济指标分析186
 - 1) 企业利润分析186
 - 2) 企业资产负债分析186
 - 3) 企业盈利指标分析187
 - (3) 企业组织架构分析187
 - (4) 企业产品服务分析187
 - (5) 企业户外媒体资源188
 - (6) 企业服务区域分析188
 - (7) 企业经营优劣势分析188
 - 6.2.2 华视传媒集团有限公司经营情况分析188
 - (1) 企业发展简况分析188
 - (2) 主要经济指标分析190
 - 1) 企业利润分析190
 - 2) 企业资产负债分析190
 - 3) 企业现金流量分析191
 - 4) 企业盈利指标分析192
 - (3) 企业组织架构分析192
 - (4) 企业产品服务分析192
 - (5) 企业户外媒体资源192

(6) 企业服务区域分析193

(7) 企业经营优劣势分析193

(8) 企业最新发展动向分析194

6.2.3 航美传媒集团有限公司经营情况分析194

(1) 企业发展简况分析194

(2) 主要经济指标分析195

1) 企业利润分析195

2) 企业资产负债分析196

3) 企业现金流量分析196

4) 企业盈利指标分析197

(3) 企业组织架构分析197

(4) 企业产品服务分析197

(5) 企业户外媒体资源198

(6) 企业服务区域分析198

(7) 企业经营优劣势分析198

(8) 企业最新发展动向分析199

6.2.4 海南白马广告媒体投资有限公司经营情况分析199

(1) 企业发展简况分析199

(2) 主要经济指标分析200

(3) 企业盈利能力分析200

(4) 企业运营能力分析200

(5) 企业偿债能力分析201

(6) 企业发展能力分析201

(7) 企业组织架构分析202

(8) 企业产品服务分析203

(9) 企业户外媒体资源203

(10) 企业服务区域分析203

(11) 企业经营优劣势分析204

6.2.5 德高中国集团经营情况分析204

(1) 企业发展简况分析205

(2) 企业经营情况分析205

(3) 企业产品服务分析205

- (4) 企业户外媒体资源205
- (5) 企业服务区域分析206
- (6) 企业经营优劣势分析206
- (7) 企业最新发展动向分析206
- 6.2.6 北京首都机场广告有限公司经营情况分析206
 - (1) 企业发展简况分析206
 - (2) 企业经营情况分析207
 - (3) 企业组织架构分析207
 - (4) 企业产品服务分析208
 - (5) 企业户外媒体资源208
 - (6) 企业服务区域分析208
 - (7) 企业经营优劣势分析209
- 6.2.7 号百信息服务有限公司经营情况分析209
 - (1) 企业发展简况分析209
 - (2) 企业经营情况分析210
 - (3) 企业产品服务分析210
 - (4) 企业户外媒体资源211
 - (5) 企业服务区域分析211
 - (6) 企业经营优劣势分析211
- 6.2.8 雅仕维(集团)有限公司经营情况分析212
 - (1) 企业发展简况分析212
 - (2) 企业经营情况分析212
 - (3) 企业产品服务分析212
 - (4) 企业户外媒体资源212
 - (5) 企业服务区域分析213
 - (6) 企业经营优劣势分析213
 - (7) 企业最新发展动向分析214
- 6.2.9 百灵时代传媒集团有限公司经营情况分析214
 - (1) 企业发展简况分析214
 - (2) 企业经营情况分析215
 - (3) 企业产品服务分析216
 - (4) 企业户外媒体资源216

- (5) 企业服务区域分析217
 - (6) 企业经营优劣势分析217
 - (7) 企业最新发展动向分析217
- 6.2.10 巴士在线控股有限公司经营情况分析217

- (1) 企业发展简况分析217
- (2) 企业经营情况分析218
- (3) 企业组织架构分析219
- (4) 企业产品服务分析219
- (5) 企业户外媒体资源219
- (6) 企业服务区域分析219
- (7) 企业经营优劣势分析220
- (8) 企业最新发展动向分析220

6.2.11 北京华铁世纪广告有限公司经营情况分析221

- (1) 企业发展简况分析221
- (2) 企业经营情况分析221
- (3) 企业产品服务分析221
- (4) 企业户外媒体资源221
- (5) 企业服务区域分析221
- (6) 企业经营优劣势分析221

6.2.12 TOM户外传媒集团经营情况分析222

- (1) 企业发展简况分析222
- (2) 企业主营业务分析222
- (3) 企业运营情况分析223
- 1) 企业主要经济指标223
- 2) 企业盈利能力分析223
- 3) 企业运营能力分析224
- 4) 企业偿债能力分析224
- 5) 企业发展能力分析225
- (4) 企业产品服务分析225
- (5) 企业户外媒体资源225
- (6) 企业服务区域分析226
- (7) 企业经营优劣势分析226

- (8) 企业最新发展动向226
- 6.2.13 龙帆传媒集团经营情况分析226
 - (1) 企业发展简况分析226
 - (2) 企业经营情况分析227
 - (3) 企业产品服务分析227
 - (4) 企业户外媒体资源227
 - (5) 企业服务区域分析227
 - (6) 企业经营优劣势分析228
- 6.2.14 安康集团经营情况分析228
 - (1) 企业发展简况分析228
 - (2) 企业经营情况分析229
 - (3) 企业产品服务分析229
 - (4) 企业户外媒体资源229
 - (5) 企业服务区域分析229
 - (6) 企业经营优劣势分析230
- 6.2.15 世通华纳传媒控股有限公司经营情况分析230
 - (1) 企业发展简况分析230
 - (2) 企业经营情况分析231
 - (3) 企业组织架构分析231
 - (4) 企业产品服务分析231
 - (5) 企业户外媒体资源231
 - (6) 企业服务区域分析231
 - (7) 企业经营优劣势分析231
- 6.2.16 凤凰都市传媒科技股份有限公司经营情况分析232
 - (1) 企业发展简况分析232
 - (2) 企业经营情况分析232
 - (3) 企业产品服务分析233
 - (4) 企业户外媒体资源233
 - (5) 企业服务区域分析233
 - (6) 企业经营优劣势分析233
 - (7) 企业最新发展动向分析234
- 6.2.17 西部机场集团广告传媒(西安)有限公司经营情况分析234

- (1) 企业发展简况分析234
 - (2) 企业经营情况分析234
 - (3) 企业组织架构分析235
 - (4) 企业产品服务分析235
 - (5) 企业户外媒体资源235
 - (6) 企业服务区域分析236
 - (7) 企业经营优劣势分析236
- 6.2.18 四川博瑞眼界户外传媒有限公司经营情况分析236
- (1) 企业发展简况分析237
 - (2) 企业经营情况分析237
 - (3) 企业组织架构分析237
 - (4) 企业产品服务分析238
 - (5) 企业户外媒体资源238
 - (6) 企业服务区域分析238
 - (7) 企业经营优劣势分析239
- 6.2.19 上海铁路文化广告发展有限公司经营情况分析239
- (1) 企业发展简况分析239
 - (2) 企业经营情况分析240
 - (3) 企业组织架构分析240
 - (4) 企业产品服务分析240
 - (5) 企业户外媒体资源241
 - (6) 企业服务区域分析241
 - (7) 企业经营优劣势分析241
- 6.2.20 成都经典视线广告传媒有限公司经营情况分析241
- (1) 企业发展简况分析241
 - (2) 企业经营情况分析242
 - (3) 企业产品服务分析242
 - (4) 企业户外媒体资源242
 - (5) 企业服务区域分析243
 - (6) 企业经营优劣势分析243
- 6.2.21 大连国域无疆传媒集团有限公司经营情况分析243
- (1) 企业发展简况分析243

(2) 企业经营情况分析244

(3) 企业产品服务分析244

(4) 企业户外媒体资源244

(5) 企业服务区域分析244

(6) 企业经营优劣势分析244

(7) 企业最新发展动向分析245

6.2.22 星海传媒广告有限公司经营情况分析245

(1) 企业发展简况分析245

(2) 企业经营情况分析245

(3) 企业产品服务分析245

(4) 企业户外媒体资源245

(5) 企业服务区域分析246

(6) 企业经营优劣势分析246

6.2.23 深圳市高速广告有限公司经营情况分析246

(1) 企业发展简况分析246

(2) 企业经营情况分析247

(3) 企业产品服务分析247

(4) 企业户外媒体资源248

(5) 企业服务区域分析248

(6) 企业经营优劣势分析248

6.2.24 信泽传媒(控股)有限公司经营情况分析248

(1) 企业发展简况分析249

(2) 企业经营情况分析249

(3) 企业产品服务分析249

(4) 企业户外媒体资源249

(5) 企业服务区域分析250

(6) 企业经营优劣势分析250

6.2.25 北京触动传媒广告有限公司经营情况分析250

(1) 企业发展简况分析250

(2) 企业经营情况分析251

(3) 企业产品服务分析251

(4) 企业户外媒体资源251

- (5) 企业服务区域分析252
- (6) 企业经营优劣势分析252
- (7) 企业最新发展动向分析252
- 6.2.26 大贺传媒股份有限公司经营情况分析252
 - (1) 企业发展简况分析252
 - (2) 主要经济指标分析253
 - (3) 企业盈利能力分析254
 - (4) 企业运营能力分析254
 - (5) 企业偿债能力分析255
 - (6) 企业发展能力分析255
 - (7) 企业产品服务分析256
 - (8) 企业户外媒体资源256
 - (9) 企业服务区域分析256
 - (10) 企业经营优劣势分析257
 - (11) 企业最新发展动向分析257
- 6.2.27 财富传媒(中国)投资发展有限公司经营情况分析257
 - (1) 企业发展简况分析257
 - (2) 企业经营情况分析258
 - (3) 企业组织架构分析258
 - (4) 企业产品服务分析259
 - (5) 企业户外媒体资源259
 - (6) 企业服务区域分析259
 - (7) 企业经营优劣势分析259
- 6.2.28 湖南国邮传媒有限公司经营情况分析260
 - (1) 企业发展简况分析260
 - (2) 企业经营情况分析261
 - (3) 企业组织架构分析261
 - (4) 企业产品服务分析261
 - (5) 企业户外媒体资源262
 - (6) 企业服务区域分析262
 - (7) 企业经营优劣势分析262
- 6.2.29 北京炎黄健康时代传媒广告有限公司经营情况分析262

(1) 企业发展简况分析262

(2) 企业经营情况分析263

(3) 企业组织架构分析263

(4) 企业产品服务分析263

(5) 企业户外媒体资源263

(6) 企业服务区域分析264

(7) 企业经营优劣势分析264

6.2.30 北京融科传媒科技有限公司经营情况分析264

(1) 企业发展简况分析264

(2) 企业经营情况分析265

(3) 企业组织架构分析265

(4) 企业产品服务分析266

(5) 企业户外媒体资源266

(6) 企业服务区域分析266

(7) 企业经营优劣势分析266

第7章：户外广告行业投资分析与前景预测268

7.1 户外广告行业投资分析268

7.1.1 户外广告行业投资特性分析268

(1) 户外广告行业进入壁垒分析268

(2) 户外广告行业经营模式分析269

7.1.2 户外广告行业投资现状分析274

7.1.3 户外广告行业投资风险分析278

(1) 户外广告行业政策风险279

(2) 户外广告行业技术风险279

(3) 户外广告行业资源风险279

(4) 户外广告行业其他风险280

7.2 户外广告行业前景预测280

7.2.1 户外广告行业发展趋势分析280

7.2.2 户外广告行业发展前景预测283

7.3 户外广告行业投资建议284

7.3.1 户外广告行业投资价值284

7.3.2 户外广告行业可投资方向285

7.3.3 户外广告行业投资方式建议286

图表目录：

图表1：户外广告按表现性质分类13

图表2：户外广告按表现形式分类14

图表3：户外广告按动态性分类14

图表4：户外广告按动态性分类15

图表5：户外广告与城市建设的关系21

图表6：户外广告与城市文化形象的关系22

图表7：户外广告与城市经济发展的关系23

图表8：媒介生态种群特征分析25

图表9：我国户外广告行业中的主要种群26

图表10：两个物种种群的相互作用类型27

图表11：户外广告细分种群间的关系28

图表12：广告主种群与广告媒介种群矛盾30

图表13：广告主种群与广告媒介种群矛盾的解决方案31

图表14：我国户外广告公司种群内部矛盾32

图表15：广告公司种群与资本种群间矛盾的解决方案34

图表16：户外广告行业相关法规政策37

图表17：户外广告行业相关标准39

图表18：2011年以来我国GDP增速（单位：%）40

图表19：2011年以来我国城镇居民人均可支配收入及同比增速（单位：元，%）42

图表20：2011年以来我国农村居民人均纯收入及同比增速（单位：元，%）43

图表21：1985年以来我国户外广告行业技术专利申请数量（单位：项）45

图表22：我国户外广告行业技术专利申请人构成分析（单位：项）46

图表23：中国户外广告行业技术相关专利分布领域（前十位）（单位：项）46

图表24：全球各媒体广告支出（单位：百万美元）49

图表25：全球各媒体广告支出份额（单位：%）50

图表26：全球户外广告市场份额分布（单位：%）50

图表27：美国户外广告行业管理规范51

图表28：美国户外广告收入情况（单位：亿美元）52

图表29：美国前10大户外广告投放行业（按照投放额排名）53

图表30：美国前20大户外广告投放品牌53

图表31：英国户外广告投放渠道分布（单位：%）55

图表32：英国户外广告前十大客户55

图表33：法国广告投放额变化情况（单位：亿美元）56

图表34：欧洲户外广告发布内容分析58

图表35：日本户外广告定点媒体类型59

图表36：日本户外广告移动媒体类型60

图表37：新加坡户外广告类型61

图表38：我国户外广告投放额及同比增速（单位：亿元，%）67

图表39：2015年主要细分行业广告支出及同比增速（单位：家，百万元，%）68

图表40：主要细分行业对广告行业增长的贡献率（单位：%）69

图表41：户外广告投放额前十企业对比70

图表42：TOP10广告主的投放额占比（单位：%）70

图表43：TOP10广告主的集中度（单位：%）71

图表44：户外广告行业利润高的原因73

图表45：各类型广告公司盈利能力76

图表46：户外广告行业发展面临的威胁78

图表47：户外广告行业发展面临的机遇79

图表48：不同地区户外广告受众偏好分析83

图表49：不同媒体的户外广告受众偏好分析84

图表50：户外广告内部要素刺激89

图表51：户外广告与周围环境的配合分析91

图表52：户外广告的重复策略93

图表53：广告信息简洁恰当分析94

图表54：户外电子屏广告服务模式100

图表55：中国户外电子屏广告主要种类101

图表56：2010年以来中国户外电子屏广告市场整体规模及同比增速（单位：亿元，%）102

图表57：2010年以来中国户外电子屏广告市场整体规模按季度同比增速（单位：亿元，%）102

图表58：中国户外电子屏广告收入市场份额（单位：%）103

图表59：2011年以来中国户外电子屏广告投放媒介结构（单位：%）105

图表60：中国户外电子屏广告投放媒介结构（按投放金额）（单位：%）105

图表61：2010年以来中国公交地铁电子屏广告市场规模及同比增速（单位：亿元，%）106

图表62：中国公交地铁电子屏厂商收入规模竞争格局（单位：%）107

图表63：2010年以来中国商业楼宇电子屏广告市场规模及同比增速（单位：亿元，%）109

图表64：中国商业楼宇电子屏厂商收入规模竞争格局（单位：%）109

图表65：2010年以来中国航空电子屏广告市场规模及同比增速（单位：亿元，%）110

图表66：中国航空电子屏厂商收入规模（单位：%）111

图表67：2016-2022年中国户外电子屏广告市场规模及预测（单位：亿元）114

图表68：中国公交车身广告市场规模及同比增速（单位：亿元，%）117

图表69：中国公交车身广告一级市场投放情况（单位：百万元，%）119

图表70：中国公交车身广告二级市场投放情况（单位：百万元，%）119

图表71：中国公交车身广告三级市场投放情况（单位：百万元，%）120

图表72：中国公交车身广告投放行业情况（单位：%）120

图表73：中国公交车身广告投放十大品牌情况（单位：百万元）121

图表74：京东商城电梯平面广告投放后到达情况（单位：%）131

图表75：京东商城其他广告媒体到达情况（单位：%）132

图表76：京东商城电梯平面广告投放前广告内容记忆（单位：%）132

图表77：京东商城电梯平面广告投放前广告信息传递（单位：%）133

图表78：京东商城电梯平面广告投放后广告喜好度（单位：%）134

图表79：京东商城电梯平面广告投放后受众对广告的综合评价（单位：%）134

图表80：京东商城电梯平面广告投放后对品牌的印象影响（单位：%）135

图表81：电梯平面广告投放后对购买京东商城产品的影响（单位：%）135

图表82：电梯平面广告到达情况对比（单位：%）136

图表83：北京市户外广告行业管理规范141

图表84：北京户外广告投放额及增速（单位：%）142

图表85：北京户外广告投放额分行业情况（单位：%）143

图表86：北京户外广告投放额前五大行业增幅对比（单位：%）144

图表87：北京户外广告投放前十大品牌对比144

图表88：北京地铁户外广告同期对比146

图表89：北京地铁户外广告不同行业投放金额同比增速（单位：%）146

图表90：北京地铁户外广告不同行业投放金额环比增速（单位：%）147

图表91：上海市户外广告行业管理规范148

图表92：上海市户外广告投放额（单位：亿元）149

图表93：上海广告企业代理业务户外广告投放额（单位：亿元）150

图表94：上海机场类户外广告投放前五的行业占比（单位：%）151

图表95：上海机场类户外广告投放前十的品牌151

图表96：上海旅游类户外广告媒体选择（单位：%）152

图表97：广州市户外广告行业管理规范154

图表98：广州机场类户外广告投放前五的行业占比（单位：%）156

图表99：深圳市户外广告投放前五位行业（单位：万元）159

图表100：深圳市户外广告投放前五位行业（单位：万元）160

图表101：深圳户外广告行业外地企业进入情况161

图表102：武汉市户外广告投放前五位产品（单位：万元）163

图表103：武汉市户外广告投放前五位品牌（单位：万元）163

图表104：武汉市户外广告投放前五位品牌（单位：万元）164

图表105：南京市户外广告投放前五位产品类别（单位：万元）167

图表106：杭州市户外广告投放前五位产品类别（单位：万元）170

图表107：成都市户外广告投放前五位行业类别（单位：万元）173

图表108：成都市户外广告投放前五位行业类别（单位：万元）174

图表109：长沙市户外广告投放前五位行业类别（单位：万元）177

图表110：长沙市道路户外广告阵位分布179

图表111：重庆市户外广告行业管理规范180

图表112：重庆市户外广告投放前五位行业（单位：万元）182

图表113：重庆市户外广告投放前五位品牌（单位：万元）182

图表114：分众传媒控股有限公司基本信息表184

图表115：分众传媒控股有限公司利润表（单位：百万美元）186

图表116：分众传媒控股有限公司资产负债表（单位：百万美元，%）186

图表117：分众传媒控股有限公司主要指标项（单位：%）187

图表118：分众传媒控股有限公司优劣势分析188

图表119：华视传媒集团有限公司基本信息表188

图表120：华视传媒集团有限公司业务能力简况表189

……略

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/chuanmei/998477E4E3.html>