

# 2017-2022年中国户外广告 市场深度调查与市场分析预测报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

[www.abaogao.com](http://www.abaogao.com)

## 一、报告报价

《2017-2022年中国户外广告市场深度调查与市场分析预测报告》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/A718943781.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

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

我国目前的广告公司按经营模式，可分为大型综合性广告公司、媒体依托型广告公司和专项型广告公司三类。其中，处于较低层次的是小型制作类广告公司。处于中间层次的是媒体依托型广告公司。大型综合性广告公司（国际和国内4A广告公司）处于金字塔的顶端。户外广告分为机场、地铁、商业大厦、巴士及其它。尤其是，由于全国不断地建设新机场和地铁路线，所以机场和地铁广告市场近年已展露高市场增长潜力。户外广告的特点是直接的视觉冲击、多种表达方式及长发布时间。于20世纪90年代引入喷墨印刷为户外广告的转折点。此项新应用提升户外广告市场的整体增长潜力。

近年来，户外广告增长速度相对较快，并正在驶入快车道。目前，国内80%的户外广告资源均掌握在中小型广告企业手中，而随着市场的不断放开，国际传媒巨头步步切入，中国户外广告产业正面临着有史以来最大的发展和整合期。近年来，我国户外广告市场呈现了较快增长。2011年、2012年及2013年我国户外广告投放额约为515亿元、566亿元及619亿元，年均增长率超过10%。2014年户外广告投放额持续增长，达到641亿元，增长率有所放缓。2015年中国户外广告回暖。

中国户外广告市场在广告市场中占比较大，占10%左右，总体趋于平稳。2014年中国户外广告市场需求达到536亿元，占全球市场24%，中国已成为全球第一大户外广告市场。2015年前三季度，中国广告市场规模出现了3.5%的同比缩减。其中，传统广告市场降速达到了惊人的7.3%。尽管以影院和楼宇视频为代表的户外新媒体令人瞩目地维持着二位数增长，整个户外广告业界仍笼罩在行业总体呈颓势的悲观预期中。

中国户外广告业经过多年发展已形成相当的市场规模，近年来我国户外广告市场延续了快速增长态势，行业市场规模从2009年的60.4亿美元增长至2013年的126.5亿美元，占我国广告行业市场总量的16.7%，2014年我国户外广告市场规模将达到147.7亿美元。随着经济进入常态化，各行业进入平稳增长的新常态，为了追求更大的利润，很多企业对于户外广告需求越来越大，力求通过户外广告来获得更大的收益。目前户外广告市场是供不应求，预计在未来两三年的时间还会继续保持供不应求的状况，到2020年，户外广告行业市场才会进入供需平衡的状态。

2011-2015年我国户外广告市场规模（亿元）

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国户外广告市场深度调查与市场分析预测报告》共九章。首先介绍了户外广告相关概念及发展环境，接着分析了中国户外广告规模及消费需求，然后对中国户外广告市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国户外广告面临的机

遇及发展前景。您若想对中国户外广告有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

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：

## 第一部分 户外广告行业发展环境

### 第一章 户外广告行业发展综述

#### 第一节 户外广告行业相关概述

##### 一、行业定义与研究范围界定

##### 二、户外广告的分类

##### 三、户外广告行业的特点分析

#### 第二节 户外广告行业发展环境分析

##### 一、行业政策环境分析

###### 1、行业管理体制

###### 2、行业相关政策及解析

###### 3、行业发展规划及解析

##### 二、行业经济环境分析

###### 1、中国GDP增长情况分析

自改革开放以来，中国国民经济快速增长。2001年后，中国经济进入了新一轮的增长周期。国民经济总体呈现增长较快、价格回稳、结构优化、民生改善的发展态势。2010年，中国国内生产总值达到408903亿元，2010年国内生产总值按平均汇率折算达到58791亿美元，超过日本，成为仅次于美国的世界第二大经济体，中国经济增长对世界经济的贡献不断提高2015年中国国内生产总值676708亿元，按可比价格计算，比上年增长6.9%。

2016年上半年，中国国内生产总值340637亿元，按可比价格计算，同比增长6.7%。分季度看，一季度同比增长6.7%，二季度增长6.7%。分产业看，第一产业增加值22097亿元，同比增长3.1%；第二产业增加值134250亿元，增长6.1%；第三产业增加值184290亿元，增长7.5%。从环比看，二季度国内生产总值增长1.8%。

2011-2016年中国国内生产总值及增长速度

2014-2016年中国国内生产总值及构成 单位：亿元 2014年 2015年 2016年 国内生产总值

636463 676708 340637 第一产业 58332 60863 22097 第二产业 271392 274278 134250  
第三产业 306739 341567 184290

- 2、中国CPI波动情况分析
  - 3、居民人均收入增长情况分析
  - 4、经济环境影响分析
- 三、行业社会环境分析
- 1、中国人口发展分析
  - 2、中国城镇化发展状况
  - 3、中国居民消费习惯分析

## 第二章 当代背景下户外广告的发展机会分析

### 第一节 户外广告政策及其实施情况

- 一、户外广告相关政策解读
- 二、户外广告计划实施成果解读

### 第二节 户外广告在国民经济中的地位及作用分析

- 一、户外广告内涵与特征
- 二、户外广告与经济的关系分析

### 第三节 国内环境背景下户外广告发展的SWOT分析

- 一、国家战略对户外广告产业的影响分析
  - 1、对户外广告市场资源配置的影响
  - 2、对户外广告产业市场格局的影响
  - 3、对户外广告产业发展方式的影响
- 二、户外广告国家战略背景下户外广告发展的SWOT分析
  - 1、户外广告发展的优势分析
  - 2、户外广告发展的劣势分析
  - 3、户外广告发展的机遇分析
  - 4、户外广告发展面临的挑战

## 第三章 国际户外广告行业发展分析

### 第一节 国际户外广告行业发展环境分析

- 一、全球人口状况分析

## 二、国际宏观经济环境分析

- 1、国际宏观经济发展现状
- 2、国际宏观经济发展预测
- 3、国际宏观经济发展对行业的影响分析

### 第二节 国际户外广告行业发展现状分析

- 一、国际户外广告行业发展概况
- 二、主要国家户外广告行业的经济效益分析
- 三、国际户外广告行业的发展趋势分析

### 第三节 主要国家及地区户外广告行业发展状况及经验借鉴

- 一、美国户外广告行业发展分析
- 二、欧洲户外广告行业发展分析
- 三、日本户外广告行业发展分析
- 四、台湾地区户外广告行业发展分析
- 五、国外户外广告行业发展经验总结

## 第二部分 户外广告行业发展分析

### 第四章 2016年中国户外广告行业发展现状分析

#### 第一节 中国户外广告行业发展概况

- 一、中国户外广告行业发展历程
- 二、中国户外广告发展状况
  - 1、户外广告行业发展规模
  - 2、户外广告行业供需状况

#### 第二节 中国户外广告运营分析

- 一、中国户外广告经营模式分析
- 二、中国户外广告经营项目分析
- 三、中国户外广告运营存在的问题

### 第五章 互联网对户外广告的影响分析

#### 第一节 互联网对户外广告行业的影响

- 一、智能户外广告设备发展情况分析
  - 1、智能户外广告设备发展概况
  - 2、主要户外广告APP应用情况

## 二、户外广告智能设备经营模式分析

- 1、智能硬件模式
- 2、户外广告APP模式
- 3、虚实结合模式
- 4、个性化资讯模式

## 三、智能设备对户外广告行业的影响分析

- 1、智能设备对户外广告行业的影响
- 2、户外广告智能设备的发展趋势分析

## 第二节 互联网+户外广告发展模式分析

### 一、互联网+户外广告商业模式解析

- 1、户外广告O2O模式分析
- 2、智能联网模式

### 二、互联网+户外广告案例分析

- 1、案例一
- 2、案例二
- 3、案例三
- 4、案例四
- 5、案例五

### 三、互联网背景下户外广告行业发展趋势分析

## 第六章 中国户外广告需求与消费者偏好调查

### 第一节 户外广告产品目标客户群体调查

- 一、不同收入水平消费者偏好调查
- 二、不同年龄的消费者偏好调查
- 三、不同地区的消费者偏好调查

### 第二节 户外广告产品的品牌市场运营状况分析

- 一、消费者对户外广告品牌认知度宏观调查
- 二、消费者对户外广告产品的品牌偏好调查
- 三、消费者对户外广告品牌的首要认知渠道
- 四、消费者经常购买的品牌调查
- 五、户外广告品牌忠诚度调查
- 六、户外广告品牌市场占有率调查

## 七、消费者的消费理念调研

### 第三节 不同客户购买相关的态度及影响分析

#### 一、价格敏感程度

#### 二、品牌的影响

#### 三、购买方便的影响

#### 四、广告的影响程度

## 第三部分 户外广告行业发展格局

### 第七章 中国重点城市户外广告市场调研

#### 第一节 北京市户外广告市场调研

##### 一、北京市户外广告行业需求分析

##### 二、北京市户外广告发展情况

##### 三、北京市户外广告存在的问题与建议

#### 第二节 上海市户外广告市场调研

##### 一、上海市户外广告行业需求分析

##### 二、上海市户外广告发展情况

##### 三、上海市户外广告存在的问题与建议

#### 第三节 天津市户外广告市场调研

##### 一、天津市户外广告行业需求分析

##### 二、天津市户外广告发展情况

##### 三、天津市户外广告存在的问题与建议

#### 第四节 深圳市户外广告市场调研

##### 一、深圳市户外广告行业需求分析

##### 二、深圳市户外广告发展情况

##### 三、深圳市户外广告存在的问题与建议

#### 第五节 重庆市户外广告市场调研

##### 一、重庆市户外广告行业需求分析

##### 二、重庆市户外广告发展情况

##### 三、重庆市户外广告存在的问题与建议

## 第八章 中国领先企业户外广告经营分析

### 第一节 中国户外广告总体状况分析



- 一、企业规模分析
- 二、企业类型分析
- 三、企业性质分析
- 四、行业总体区域结构特征及变化

## 第二节 领先户外广告经营状况分析

### 一、华视传媒

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业经营情况分析
- 3、企业服务内容分析
- 4、企业经营优劣势分析
- 5、企业最新发展动态

### 二、分众传媒

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业经营情况分析
- 3、企业服务内容分析
- 4、企业经营优劣势分析
- 5、企业最新发展动态

### 三、航美传媒集团

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业经营情况分析
- 3、企业服务内容分析
- 4、企业经营优劣势分析
- 5、企业最新发展动态

### 四、大贺传媒股份有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业经营情况分析
- 3、企业服务内容分析
- 4、企业经营优劣势分析
- 5、企业最新发展动态

### 五、白马户外传媒

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业经营情况分析

- 3、企业服务内容分析
- 4、企业经营优劣势分析
- 5、企业最新发展动态

#### 六、触动传媒

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业经营情况分析
- 3、企业服务内容分析
- 4、企业经营优劣势分析
- 5、企业最新发展动态

#### 七、北京路通彩虹传媒股份有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业经营情况分析
- 3、企业服务内容分析
- 4、企业经营优劣势分析
- 5、企业最新发展动态

#### 八、江苏三艾国际广告股份有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业经营情况分析
- 3、企业服务内容分析
- 4、企业经营优劣势分析
- 5、企业最新发展动态

#### 九、广东希尔文化传媒投资股份有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业经营情况分析
- 3、企业服务内容分析
- 4、企业经营优劣势分析
- 5、企业最新发展动态

#### 十、广东红太阳传媒股份有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业经营情况分析
- 3、企业服务内容分析
- 4、企业经营优劣势分析

## 5、企业最新发展动态

### 第四部分 户外广告行业趋势预测

#### 第九章 中国户外广告行业投资与趋势分析（ZY ZM）

##### 第一节 中国户外广告行业投资前景分析

一、行业宏观经济风险

二、行业政策变动风险

三、行业市场竞争风险

四、行业其他相关风险

##### 第二节 中国户外广告行业投资特性分析

一、行业进入壁垒分析

二、行业盈利因素分析

三、行业营销模式分析

##### 第三节 中国户外广告行业投资潜力分析

一、行业投资机会分析

二、行业投资建议

##### 第四节 中国户外广告市场趋势调查

一、户外广告市场规模预测

二、户外广告市场发展预测

三、户外广告行业投资前景

四、对我国户外广告品牌的战略思考

五、户外广告经营策略

#### 图表目录：

图表：户外广告分类--按表现性质

图表：户外广告分类--按表现形式

图表：户外广告分类--按动态性

图表：户外广告分类--购买方式

图表：户外广告行业法律法规

图表：中国户外广告行业相关标准

图表：2011-2016年国内生产总值及其增长速度

图表：2011-2016年三次产业增加值占国内生产总值比重

图表：2015年居民消费价格月度涨跌幅度

图表：2015年居民消费价格比2014年涨跌幅度

图表：2015年新建商品住宅月同比价格城市数量变化情况

图表：2014-2016年中国城乡居民人均收入

图表：2010-2016年中国人口数统计

图表：2015-2016年中国人口年龄结构

图表：全国居民身高、体重统计

图表：2002-2016年十年居民身高、体重均有所增长

图表：2002-2016年十年全国居民营养不良状况改善

图表：全国居民平均每天烹调用盐统计

图表：2002-2016年十年全国居民超重率和肥胖率统计

图表：2000-2050年全国60岁以上人口占比

图表：1982-2050年全国老年抚养比

图表：世界不同国家和地区人均GDP（或人均GNI）与城市化率

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/chuanmei/A718943781.html>