

2016-2022年中国户外媒体 行业全景调研及投资可行性报告

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年中国户外媒体行业全景调研及投资可行性报告》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/G35327Z0L5.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

户外媒体是指主要建筑物的楼顶和商业区的门前、路边等户外场地设置的发布广告的信息的媒介，主要形式包括、气球、飞艇、车厢、大型充气模型、高校内、高档小区走廊楼道等。

传统认为是设置在户外的一些媒体表现形式为户外媒体。这个概念是狭义且不准确的，随着广告业的繁荣发展，户外媒体应该有更准确的定义：是存在于公共空间的一种传播介质。

户外媒体附着在特定的城市公共空间中，地理位置的唯一性、不可再生性，决定了每一处户外媒体的独占性。各地政府对设置户外媒体制定了严格的规划，并据规划予以审批或监控，这从法规上确保了空间位置的稀缺性和户外媒体的独占性。因此，独占稀缺城市空间资源的户外媒体，具有一定的垄断效应。

户外媒体先于城市而存在，促进城市的形成和繁荣，并形象解读、个性烘托城市的品位，户外媒体与所在城市是相生共荣、互相促进的伙伴关系。在宜居城市、智慧城市建设中，户外媒体在创新设置情趣化街道设施、趣味打造人性化公共空间中，正发挥着不可替代的重要作用。

泛媒体时代，随时随地的传播成为可能。占据空间与落地优势的户外媒体，就在各种消费现场，既能贴近又能引导本地居民，完全可以成为整合各种媒介的终端平台和本地基站，在整合营销中扮演最核心的角色。

中国户外广告业经过多年发展已形成相当的市场规模，近年来中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，占中国广告行业市场总量的16.7%，2014年中国户外广告市场规模将达到147.7亿美元

户外电子屏广告市场自2009年金融危机以来持续增长，2010年和2011年的增长率分别达到8.35%和37.26%。2012年及2013年行业增长速度趋缓，这主要是由于市场份额占比较高的商业楼宇电子屏与公交地铁电子屏等交通枢纽或交通工具内的电子屏市场规模增速放缓所致。2014年户外电子屏广告市场规模达到101.3亿元，较2013年增长11.56%。

智研数据研究中心发布的《2016-2022年中国户外媒体行业全景调研及投资可行性报告》共十二章。首先介绍了中国户外媒体行业市场发展环境、中国户外媒体整体运行态势等，接着分析了中国户外媒体行业市场运行的现状，然后介绍了中国户外媒体市场竞争格局。随后，报告对中国户外媒体做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国户外媒体行业发展趋势与投资预测。您若想对户外媒体产业有个系统的了解或者想投资户外媒体行业，本报告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：

第一章 户外媒体行业相关概述

第一节 户外媒体行业定义及分类

第二节 户外媒体行业管理体制

第三节 户外媒体行业生命周期

第四节 户外媒体行业在国民经济中地位

第五节 户外媒体行业投资特性分析

一、赢利性

二、成长速度

三、附加值的提升空间

四、进入壁垒 / 退出机制

五、风险性

六、行业周期性

七、竞争激烈程度指标

八、行业成熟度分析

九、盈利因素分析

十、盈利模式分析

第二章 2015年中国户外媒体产业发展环境分析

第一节 2015年中国宏观经济环境分析

一、GDP历史变动轨迹分析

二、固定资产投资历史变动轨迹分析

三、消费价格指数CPI、PPI

四、全国居民收入情况

五、恩格尔系数

六、工业发展形势

七、财政收支状况

八、2016-2022年中国宏观经济发展预测分析

第二节 中国户外媒体行业主要法律法规及政策

第三节 2015年中国户外媒体产业社会环境发展分析

一、国内社会环境发展现状

二、社会环境发展分析

1、人口环境状况

2、教育、科学技术和文化

3、卫生和社会服务

4、资源、环境和安全生产

5、中国城镇化率

6、居民的各种消费观念和习惯

三、2015年户外媒体行业市场环境分析

第四节 2015年中国户外媒体产业技术环境发展分析

第三章 2014-2015年世界户外媒体行业发展状况分析

第一节 2014-2015年全球宏观经济发展回顾

第二节 2014-2015年世界户外媒体行业运行概况

第三节 2014-2015年世界户外媒体行业市场规模分析

第四节 2014-2015年世界主要地区户外媒体行业运行情况分析

一、北美

二、欧洲

三、亚太

第五节 2016-2022年世界户外媒体行业发展趋势分析

第四章 2010-2015年中国户外媒体市场供需分析

第一节 中国户外媒体市场供给状况

一、2010-2015年中国户外媒体供给分析

二、2016-2022年中国户外媒体供给预测

第二节 中国户外媒体市场需求状况

一、2010-2015年中国户外媒体市场需求分析

二、2016-2022年中国户外媒体市场需求预测

第三节 2015年中国户外媒体市场价格回顾

第五章 2015年中国户外媒体行业发展概况及竞争策略分析

第一节 2015年中国户外媒体行业发展态势分析

第二节 2015年中国户外媒体行业发展特点分析

第三节 2015年中国户外媒体行业市场供需分析

第四节 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

第五节 户外媒体市场竞争策略分析

一、户外媒体市场增长潜力分析

二、户外媒体产品竞争策略分析

三、典型企业产品竞争策略分析

第六章 中国户外媒体行业产业链分析

第一节 户外媒体行业产业链概述

第二节 户外媒体上游产业发展状况分析

一、上游原料市场发展现状

二、上游原料生产情况分析

三、上游原料价格走势分析

第三节 户外媒体下游应用需求市场分析

一、行业发展现状分析

二、行业生产情况分析

三、行业需求状况分析

四、行业需求前景分析

第七章 2015年中国户外媒体行业竞争格局分析

第一节 中国户外媒体行业竞争格局综述

一、户外媒体行业竞争概况

二、中国户外媒体行业竞争力分析

三、中国户外媒体产品（服务）竞争力优势分析

四、户外媒体行业主要企业竞争力分析

第二节 2015年户外媒体行业竞争格局分析

一、2015年国内外户外媒体竞争分析

二、2015年中国户外媒体市场竞争分析

三、2015年中国户外媒体市场集中度分析

四、2015年国内主要户外媒体企业动向

五、2015年国内户外媒体企业拟在建项目分析

第三节 户外媒体市场竞争策略分析

第四节 2015年中国户外媒体行业SWOT分析

第八章 2010-2015年中国户外媒体所属行业数据监测分析

第一节 2010-2015年中国户外媒体所属行业规模分析

一、企业数量分析

二、资产规模分析

三、销售规模分析

四、利润规模分析

第二节 2010-2015年中国户外媒体所属行业产值分析

第三节 2010-2015年中国户外媒体所属行业成本费用分析

一、成本费用结构变动趋势

二、销售成本分析

三、销售费用分析

四、管理费用分析

五、财务费用分析

第四节 2010-2015年中国户外媒体所属行业运营效益分析

一、资产收益率分析

二、销售利润率分析

三、总资产周转率分析

四、流动资产周转率分析

五、销售增长率分析

六、利润增长率分析

七、资产负债率分析

第九章 中国户外媒体行业进出口区域市场分析

第一节 华北地区户外媒体行业发展现状及趋势分析

- 一、华北地区区域特征及经济现状
- 二、华北地区户外媒体行业发展现状及规模统计
- 三、华北地区户外媒体行业发展前景预测

第二节 东北地区户外媒体行业发展现状及趋势分析

- 一、东北地区区域特征及经济现状
- 二、东北地区户外媒体行业发展现状及规模统计
- 三、东北地区户外媒体行业发展前景预测

第三节 华东地区户外媒体行业发展现状及趋势分析

- 一、华东地区区域特征及经济现状
- 二、华东地区户外媒体行业发展现状及规模统计
- 三、华东地区户外媒体行业发展前景预测

第四节 华南地区户外媒体行业发展现状及趋势分析

- 一、华南地区区域特征及经济现状
- 二、华南地区户外媒体行业发展现状及规模统计
- 三、华南地区户外媒体行业发展前景预测

第五节 华中地区户外媒体行业发展现状及趋势分析

- 一、华中地区区域特征及经济现状
- 二、华中地区户外媒体行业发展现状及规模统计
- 三、华中地区户外媒体行业发展前景预测

第六节 西南地区户外媒体行业发展现状及趋势分析

- 一、西南地区区域特征及经济现状
- 二、西南地区户外媒体行业发展现状及规模统计
- 三、西南地区户外媒体行业发展前景预测

第七节 西北地区户外媒体行业发展现状及趋势分析

- 一、西北地区区域特征及经济现状
- 二、西北地区户外媒体行业发展现状及规模统计
- 三、西北地区户外媒体行业发展前景预测

第十章 2015年中国户外媒体行业典型企业经营态势分析

第一节 企业1

- 一、户外媒体概况
- 二、户外媒体竞争优势分析
- 三、户外媒体经营状况分析
- 四、2016-2022年企业发展战略分析

第二节 企业2

- 一、户外媒体概况
- 二、户外媒体竞争优势分析
- 三、户外媒体经营状况分析
- 四、2016-2022年企业发展战略分析

第三节 企业3

- 一、户外媒体概况
- 二、户外媒体竞争优势分析
- 三、户外媒体经营状况分析
- 四、2016-2022年企业发展战略分析

第四节 企业4

- 一、户外媒体概况
- 二、户外媒体竞争优势分析
- 三、户外媒体经营状况分析
- 四、2016-2022年企业发展战略分析

第五节 企业5

- 一、户外媒体概况
- 二、户外媒体竞争优势分析
- 三、户外媒体经营状况分析
- 四、2016-2022年企业发展战略分析

第十一章 2016-2022年中国户外媒体行业发展趋势与前景分析

第一节 2016-2022年中国户外媒体行业投资前景分析

- 一、户外媒体行业发展前景
- 二、户外媒体发展趋势分析

第二节 2016-2022年中国户外媒体行业投资风险分析

- 一、产业政策分析
- 二、原材料风险分析

三、市场竞争风险

四、技术风险分析

第三节 2016-2022年户外媒体行业投资策略及建议

第十二章 户外媒体企业投资战略与客户策略分析 (ZY GXH)

第一节 户外媒体企业发展战略规划背景意义

一、企业转型升级的需要

二、企业强做大做的需要

三、企业可持续发展需要

第二节 户外媒体企业战略规划制定依据

一、国家产业政策

二、行业发展规律

三、企业资源与能力

四、可预期的战略定位

第三节 户外媒体企业战略规划策略分析

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、区域战略规划

四、产业战略规划

五、营销品牌战略

六、竞争战略规划

第四节 户外媒体企业重点客户战略实施

一、重点客户战略的必要性

二、重点客户的鉴别与确定

三、重点客户的开发与培育

四、重点客户市场营销策略 (ZY GXH)

图表目录：

图表：2013-2015年国内生产总值及其增长速度

图表：2013-2015年国内生产总值增长速度（累计同比）

图表：2013-2015年全社会固定资产投资及其增长速度

图表：2015年中国居民消费价格上涨情况（月度同比）

图表：2013-2015年中国城镇居民人均可支配收入实际增长速度

图表：2013-2015年中国农村居民人均收入实际增长速度（累计同比）

图表：2013-2015年公共财政收入及其增长速度

图表：2015年末全部金融机构本外币存贷款余额及其增长速度

图表：2015年中国汇率变化情况

图表：人民币存贷款基准利率历次调整一览表

图表：2013-2015年中国存款准备金率调整一览表

图表：2008-2015年社会消费品零售总额及其增长速度

图表：2013-2015年中国货物进出口总额

图表：2015年末人口数及其构成

图表：2013-2015年城镇新增就业人数

图表：2013-2015年国内生产总值与全部就业人员比率

图表：2013-2015年农村居民人均纯收入

图表：2013-2015年城镇居民人均可支配收入

图表：2013-2015年高等教育、中等职业教育及普通高中招生人数

图表：2013-2015年研究与试验发展（R&D）经费支出

图表：2013-2015年卫生技术人员人数

图表：2010-2015年中国户外媒体行业市场规模走势图

图表：2016-2022年中国户外媒体行业市场规模预测

图表：2010-2015年中国华北地区户外媒体行业市场规模走势图

图表：2016-2022年中国华北地区户外媒体行业市场规模预测

图表：2010-2015年中国东北地区户外媒体行业市场规模走势图

图表：2016-2022年中国东北地区户外媒体行业市场规模预测

图表：2010-2015年中国华东地区户外媒体行业市场规模走势图

图表：2016-2022年中国华东地区户外媒体行业市场规模预测

图表：2010-2015年中国华中地区户外媒体行业市场规模走势图

图表：2016-2022年中国华中地区户外媒体行业市场规模预测

图表：2010-2015年中国华南地区户外媒体行业市场规模走势图

图表：2016-2022年中国华南地区户外媒体行业市场规模预测

图表：2010-2015年中国西南地区户外媒体行业市场规模走势图

图表：2016-2022年中国西南地区户外媒体行业市场规模预测

图表：2010-2015年中国西北地区户外媒体行业市场规模走势图

图表：2016-2022年中国西北地区户外媒体行业市场规模预测
图表：2010-2015年中国户外媒体所属行业企业数量增长趋势图
图表：2010-2015年中国户外媒体所属行业资产规模增长分析
图表：2010-2015年中国户外媒体所属行业销售规模增长分析
图表：2010-2015年中国户外媒体所属行业利润规模增长分析
图表：2010-2015年中国户外媒体所属行业产成品增长分析
图表：2010-2015年中国户外媒体所属行业总产值分析
图表：2010-2015年中国户外媒体所属行业成本费用结构变动趋势
图表：2010-2015年中国户外媒体所属行业销售成本分析
图表：2010-2015年中国户外媒体所属行业销售费用分析
图表：2010-2015年中国户外媒体所属行业管理费用分析
图表：2010-2015年中国户外媒体所属行业财务费用分析
图表：2010-2015年中国户外媒体所属行业资产收益率分析
图表：2010-2015年中国户外媒体所属行业销售利润率分析
图表：2010-2015年中国户外媒体所属行业总资产周转率分析
图表：2010-2015年中国户外媒体所属行业流动资产周转率分析
图表：2010-2015年中国户外媒体所属行业销售增长率分析
图表：2010-2015年中国户外媒体所属行业利润增长率分析
图表：2010-2015年中国户外媒体所属行业资产负债率分析
图表：2010-2015年中国户外媒体所属行业流动比率分析

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/chuanmei/G35327Z0L5.html>