

2018-2024年中国户外广告 市场前景研究与市场运营趋势报告

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

《2018-2024年中国户外广告市场前景研究与市场运营趋势报告》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/Y16189KGJE.html>

报告价格：印刷版：RMB 8000 电子版：RMB 8000 印刷版+电子版：RMB 8200

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

户外广告(outdoor advertising),泛指基于广告或宣传目的,而设置的户外广告物,常出现在交通流量较高的地区。

常见的户外广告如:企业LED户外广告灯箱、高速公路上的路边广告牌.霓虹灯广告牌、LED看板及安装在窗户上的多功能画蓬等,现在甚至有升空气球、飞艇等先进的户外广告形式。

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。

智研数据研究中心发布的《2018-2024年中国户外广告市场前景研究与市场运营趋势报告》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:

第一部分 行业运行现状分析

第一章 户外广告行业的基本介绍

1.1 行业界定

1.1.1 行业定义

1.1.2 范围界定

1.2 行业在国民经济中的地位

1.2.1 行业政策定位

1.2.2 对国民经济贡献度

1.2.3 对相关行业影响程度

第二章 2016年中国户外广告行业竞争环境分析

2.1 政策环境分析

2.1.1 行业重点政策分析

- 2.1.2 行业发展规划分析
- 2.1.3 政策发展趋势分析
- 2.2 经济环境分析
 - 2.2.1 中国经济运行现状
 - 2.2.2 中国国民收入情况
 - 2.2.3 中国经济发展趋势
- 2.3 社会环境分析
 - 2.3.2 中国工业发展水平
 - 2.3.3 中国人口规模现状
 - 2.3.1 居民收入消费水平
- 2.4 技术环境分析
 - 2.4.1 行业技术术语解释
 - 2.4.2 行业主要生产技术
 - 2.4.3 行业技术发展趋势

第三章 2012-2016年年世界户外广告产业竞争格局及经验借鉴

- 3.1 2012-2016年年国际户外广告产业的发展
 - 3.1.1 世界户外广告产业发展综述
 - 3.1.2 全球户外广告产业竞争格局
 - 3.1.3 全球户外广告产业发展特点
- 3.2 主要国家地区户外广告产业发展分析
 - 3.2.1 欧洲
 - 3.2.2 亚洲
 - 3.2.3 美国
 - 3.2.4 其它国家和地区
- 3.3 2018-2024年世界户外广告产业竞争趋势及前景分析
 - 3.3.1 户外广告技术发展及趋势分析
 - 3.3.2 户外广告产业发展趋势分析
 - 3.3.3 户外广告产业竞争趋势分析

第四章 2012-2016年中国户外广告市场发展现状综合分析

- 4.1 2012-2016年中国户外广告市场产品销售情况分析

- 4.1.1 经营现状分析
- 4.1.2 主要经营区域分析
- 4.2 2012-2016年行业容量分析及预测
 - 4.2.1 市场容量现状
 - 4.2.2 未来容量趋势预测
- 4.3 需求分析及预测
 - 4.3.1 2012-2016年需求总量分析
 - 4.3.2 2012-2016年需求结构变化分析
 - 4.3.3 2018-2024年需求预测
- 4.4 市场分析及预测
 - 4.4.1 供需平衡分析及预测
 - 4.4.2 价格变化分析及预测
- 4.5 户外广告市场发展驱动因素分析
 - 4.5.1 产品优势
 - 4.5.2 政策扶持
 - 4.5.3 产业化的可能性
- 4.6 户外广告生产集中度分析
 - 4.6.1 户外广告产品企业集中度分析
 - 4.6.2 户外广告产品生产地区集中度分析
 - 4.6.3 户外广告产品行业经济类型集中度分析

第五章 2010-2016年中国户外广告企业经营状况分析

- 5.1 2010-2016年中国户外广告业整体经营情况
 - 5.1.1 2010-2016年行业经营效益分析
 - 5.1.2 2010-2016年行业盈利能力分析
 - 5.1.3 2010-2016年行业营运能力分析
 - 5.1.5 2010-2016年行业偿债能力分析
- 5.2 2010-2016年户外广告业企业规模利润分析
 - 5.2.1 2010-2016年不同规模企业销售额
 - 5.2.2 2010-2016年不同规模企业利润总额
 - 5.2.3 2010-2016年不同规模企业总资产
- 5.3 2010-2016年户外广告业企业不同属性经营分析

- 5.3.1 2010-2016年不同所有制企业销售额
- 5.3.2 2010-2016年不同所有制企业利润总额
- 5.3.3 2010-2016年不同所有制企业总资产

第六章 2012-2016年中国户外广告行业分区域竞争格局分析

6.1 A省户外广告行业竞争分析

- 6.1.1 行业总体现状
- 6.1.2 企业性质格局
- 6.1.3 企业规模格局
- 6.1.4 产业集中度情况

6.2 B省户外广告行业竞争分析

- 6.2.1 行业总体现状
- 6.2.2 企业性质格局
- 6.2.3 企业规模格局
- 6.2.4 产业集中度情况

6.3 C省户外广告行业竞争分析

- 6.3.1 行业总体现状
- 6.3.2 企业性质格局
- 6.3.3 企业规模格局
- 6.3.4 产业集中度情况

6.4 D省户外广告行业竞争分析

- 6.4.1 行业总体现状
- 6.4.2 企业性质格局
- 6.4.3 企业规模格局
- 6.4.4 产业集中度情况

6.5 E省户外广告行业竞争分析

- 6.5.1 行业总体现状
- 6.5.2 企业性质格局
- 6.5.3 企业规模格局
- 6.5.4 产业集中度情况

第七章 2016年年户外广告行业竞争结构分析

- 7.1 2016年国际市场竞争格局
- 7.2 2016年中国市场竞争结构
 - 7.2.1 行业内现有企业的竞争
 - 7.2.2 新进入者的威胁
 - 7.2.3 替代品的威胁
 - 7.2.4 供应商的讨价还价能力
 - 7.2.5 购买者的讨价还价能力

第三部分 企业竞争状况调研

第八章 户外广告企业产品调查

- 8.1 行业重点企业各产品市场占有率
- 8.2 行业重点企业各产品核心竞争力
- 8.3 波士顿矩阵模型分析
- 8.4 企业产品策略分析
 - 8.4.1 新产品开发策略
 - 8.4.2 产品组合优化策略
 - 8.4.3 产品品牌策略
 - 8.4.4 产品包装策略

第九章 户外广告企业技术研发调查

- 9.1 行业重点企业企业技术研发组织架构
- 9.2 行业重点企业新产品开发周期与人员投入
- 9.3 2012-2016年行业重点企业研发投入和主要成果
- 9.4 2015-2016年行业重点企业研发计划

第十章 户外广告企业生产状况调查

- 10.1 行业重点企业生产能力调查
 - 10.1.1 设施配置及基本规模
 - 10.1.2 企业生产人员管理模式
 - 10.1.3 企业产品质量体系
- 10.2 行业重点企业生产成本调查
- 10.3 行业重点企业生产技术评价

- 10.4 行业重点企业近期投资项目与技术改造
- 10.5 2018-2024年行业重点企业生产规划

第十一章 户外广告企业销售状况调查

- 11.1 行业重点企业产品销售量与销售额调查
- 11.2 行业重点企业产品营销模式调查
 - 11.2.1 直销式
 - 11.2.2 区域总经销商式
 - 11.2.3 区域多家经销商式
- 11.3 行业重点企业产品销售渠道调查
 - 11.3.1 企业产品销售渠道架构及规模
 - 11.3.2 各营销渠道销售份额对比
 - 11.3.3 营销渠道建设规划
- 11.4 行业重点企业下游典型客户调查
 - 11.4.1 客户分类特点
 - 11.4.2 客户分类规模
 - 11.4.3 客户需求特点
- 11.5 行业重点企业产品销售价格调查

第十二章 户外广告企业综合评价

- 12.1 企业综合竞争力评价
- 12.2 企业价值评估
- 12.3 企业存在问题分析
- 12.4 与企业相关的投资机会
 - 12.4.1 合作交流机会
 - 12.4.2 并购机会
- 12.5 行业企业排名

第十三章 2012-2016年国内户外广告业标杆企业竞争力分析

- 13.1 2012-2016年标杆企业整体对比分析
 - 13.1.1 主营业务对比分析
 - 13.1.2 盈利能力对比分析

13.1.3 成长能力对比分析

13.1.4 营运能力对比分析

13.1.5 偿债能力对比分析

13.2 A公司

13.2.1 企业发展概况

13.2.2 经营状况分析

13.2.3 未来前景展望

13.3 B公司

13.3.1 企业发展概况

13.3.2 经营状况分析

13.3.3 未来前景展望

13.4 C公司

13.4.1 企业发展概况

13.4.2 经营状况分析

13.4.3 未来前景展望

13.5 D公司

13.5.1 企业发展概况

13.5.2 经营状况分析

13.5.3 未来前景展望

13.6 E公司

13.6.1 企业发展概况

13.6.2 经营状况分析

13.6.3 未来前景展望

第四部分 竞争对策分析

第十四章 2018-2024年中国户外广告企业产销模式渠道竞争力提升对策

14.1 户外广告行业企业经营发展分析及建议

14.1.1 户外广告行业经营模式

14.1.2 户外广告行业生产模式

14.2 行业主要销售渠道与策略

14.2.1 行业产品销售渠道存在的主要问题

14.2.2 行业产品销售渠道发展趋势与策略

- 14.3 户外广告行业营销模式分析及建议
 - 14.3.1 户外广告行业营销模式
 - 14.3.2 户外广告行业营销策略
- 14.4 中国户外广告市场销售品牌研究
 - 14.4.1 区域热卖品牌
 - 14.4.2 龙头企业动态
- 14.5 中国户外广告市场标杆企业销售模式分析
 - 14.5.1 国外品牌企业
 - 14.5.2 国内龙头企业
- 14.6 影响中国户外广告目标市场策略因素分析
 - 14.6.1 企业的资源特点
 - 14.6.2 产品及市场特点
 - 14.6.3 竞争者策略选择
- 14.7 中国户外广告目标市场营销策略
 - 14.7.1 无差别性市场营销策略
 - 14.7.2 差别性市场营销策略
 - 14.7.3 集中性市场营销策略

第十五章 2018-2024年中国户外广告行业企业营销策略建议

- 15.1 户外广告产品生命周期策略
 - 15.1.1 户外广告产品生命周期研究
 - 15.1.1.1 产品生命周期模型及分类
 - 15.1.1.2 户外广告产品生命周期判定
 - 15.1.2 户外广告产品生命周期营销策略
 - 15.1.2.1 引入期营销策略
 - 15.1.2.2 成长期营销策略
 - 15.1.2.3 成熟期营销策略
 - 15.1.2.4 衰退期营销策略
- 15.2 户外广告新产品定位策略
 - 15.2.1 户外广告新产品的界定
 - 15.2.2 户外广告新产品开发策略
 - 15.2.2.1 冒险或创业策略

- 15.2.2.2 进取战略
- 15.2.2.3 紧跟战略
- 15.2.2.4 保持低位或防御战略
- 15.2.3 户外广告新产品定位策略
- 15.3 户外广告产品价格策略研究
 - 15.3.1 户外广告产品价格机制形成及特征
 - 15.3.2 户外广告产品定价程序研究
 - 15.3.3 户外广告产品定价策略
- 15.4 专家策略建议
 - 15.4.1 户外广告产品策略应用要点及注意事项
 - 15.4.2 户外广告产品策略建议
 - 15.4.2.1 对拟进入企业建议
 - 15.4.2.2 对已进入企业建议

图表目录：

- 图表1 国内生产总值
- 图表2 国内生产总值增长趋势图
- 图表3 中国城镇居民人均可支配收入实际增长情况
- 图表4 中国农村居民人均收入实际增长情况
- 图表5 中国人口增长情况
- 图表6 中国居民消费价格涨跌情况
- 图表7 中国社会消费品零售总额
- 图表8 2012-2016年全球户外广告产业发展情况
- 图表9 2012-2016年户外广告行业市场销售规模
- 图表10 2012-2016年户外广告行业销售收入及增长趋势图
- 图表11 2012-2016年户外广告行业市场需求情况
- 图表12 2018-2024年户外广告行业需求预测
- 图表13 2012-2016年户外广告行业供给情况
- 图表14 2012-2016年户外广告行业价格变化情况
- 图表15 户外广告行业企业排名情况
- 图表16 2012-2016年户外广告业资产总额
- 图表17 2012-2016年户外广告业总资产增长趋势图

图表18 2012-2016年户外广告业利润总额

图表19 2012-2016年户外广告业利润高总额增长趋势图

图表20 2010-2016年户外广告行业销售毛利率趋势图

图表21 2010-2016年户外广告行业销售利润率趋势图

图表22 2010-2016年户外广告行业成本费用利润率趋势图

图表23 2012-2016年户外广告业应收账款周转率对比图

图表24 2012-2016年户外广告业流动资产周转率对比图

图表25 2012-2016年户外广告业总资产周转率对比图

图表26 2012-2016年户外广告业存货周转率对比图

图表27 2012-2016年户外广告业资产负债率对比图

图表28 2012-2016年户外广告业产权比率对比图

图表29 2012-2016年户外广告业利息保障倍数对比图

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/chuanmei/Y16189KGJE.html>