

2020-2026年中国户外媒体 行业前景展望与市场前景预测报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2020-2026年中国户外媒体行业前景展望与市场前景预测报告》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.cction.com/report/202008/179376.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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。

以2011年为分水岭，新兴媒体的市场份额超过传统媒体开始，传媒市场结构调整的速度越来越快。从2011年平面、广电、互联网、移动互联网“四分天下”，到2013年演变成传统媒体、互联网和移动互联网的“三足鼎立”；2017年则已转向“一超多强”的局面——移动互联网的市场份额接近一半，传统媒体总体规模仅占五分之一，其中报刊图书等平面媒体的市场份额不到6%。互联网广告和网络游戏已成为传媒产业中的支柱行业，网络视频、手机游戏、数字音乐与数字阅读是增长潜力最大的细分市场，这些业务被成为内容付费，已成为新的关注热点。原有的产业划分方式和分析模型难以体现传媒产业全貌与变化。课题组在不断调整研究方法，以更新的视角观察产业发展。 2011~2017年中国传媒产业市场结构变化2017年中国传媒产业市场结构

中企顾问网发布的《2020-2026年中国户外媒体行业前景展望与市场前景预测报告》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2018年中国户外媒体所属行业发展环境分析

第一节 中国经济环境分析

一、2018年宏观经济运行情况

1、GDP历史变动轨迹分析

2、固定资产投资历史变动轨迹分析

二、2007-2018年中国居民（消费者）收入情况

三、2007-2018年中国城市化率

四、2007-2018年中国城市及农村居民年均可支配收入

四、2018年中国经济发展预测分析

第二节 户外媒体行业相关政策

一、国家2016-2018年产业政策

二、其他相关政策(标准、技术)

三、出口关税及相关税收政策

第三节 2018年中国户外媒体行业发展社会环境分析

第二章户外媒体行业发展概述

第一节 行业界定

一、户外媒体行业定义及分类

二、户外媒体行业经济特性

三、户外媒体行业产业链简介

第二节 户外媒体行业发展成熟度

一、行业发展周期分析

二、行业中外市场成熟度对比

第三节户外媒体行业相关产业动态

第三章 2018年全球户外媒体所属行业市场运行形势分析

第一节 全球户外媒体所属行业市场运行环境分析

第二节 全球户外媒体行业市场发展情况分析

一、全球户外媒体行业市场供需分析

二、全球户外媒体行业市场规模分析

三、全球户外媒体行业主要国家发展情况分析

第三节 2020-2026年全球户外媒体所属行业市场规模趋势预测分析

第四章 2018年中国户外媒体所属行业技术发展分析

第一节 中国户外媒体行业技术发展现状

第二节 户外媒体行业技术特点分析

第三节 户外媒体行业技术专利情况

一、户外媒体行业专利申请数分析

二、户外媒体行业专利申请人分析

三、户外媒体行业热门专利技术分析

第四节 户外媒体行业技术发展趋势分析

第五章 我国户外媒体所属行业发展分析

第一节 2018年中国户外媒体所属行业发展状况

一、2018年户外媒体行业发展状况分析

结合基于地理位置的数字营销战略，户外媒体作为个性化营销战略的核心组成部分，能在最相关的时间和地点触达目标消费者，从而获得增长。在某个忙碌的工作日，当我们对某一类产品和服务产生兴趣时，我们能利用身边最便利的设备进行搜索，例如手机。根据google的数据，76%的人们利用智能手机搜索附近的内容，他们会在一天之内访问相关的业务。由于具有本地化的天然特质，户外媒体可以助力驱动搜索行为。

每一天，我们在出行道路上与户外媒体相遇，这将产生个性化的接触点，引发受众兴趣并驱动数字化参与。尼尔森在最近的一份关于2017年广告驱动线上活动的报告中特别指出，虽然在电视、广播、印刷、结合户外媒体的广告方面，户外媒体占到了总搜索的26%，但是它只占广告总开支的7%。Media SpendSearch Activations

二、2018年中国户外媒体行业发展动态

三、2018年我国户外媒体行业发展热点

四、2018年我国户外媒体行业存在的问题

第二节 2018年中国户外媒体所属行业市场供需状况

- 一、2009-2018年中国户外媒体行业供给分析
- 二、2009-2018年中国户外媒体行业市场需求分析
- 三、中国户外媒体行业产品价格分析
 - 1、中国户外媒体行业产品价格分析
 - 2、行业价格影响因素分析
- 四、2009-2018年中国户外媒体行业市场规模分析

第六章 2012-2018年中国户外媒体所属行业主要数据监测分析

第一节 2012-2018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 2012-2018年中国户外媒体所属行业产值分析

- 一、产成品分析
- 二、工业总产值分析

第三节 2012-2018年中国户外媒体所属行业成本费用分析

- 一、销售成本分析
- 二、销售费用分析
- 三、管理费用分析
- 四、财务费用分析

第四节 2012-2018年中国户外媒体所属行业运营效益分析

- 一、盈利能力分析
- 二、偿债能力分析
- 三、运营能力分析
- 四、成长能力分析

第七章 2018年中国户外媒体行业竞争格局分析

第一节 行业竞争结构分析

- 一、国内企业竞争格局
- 二、国外企业产品市场份额
- 三、行业企业区域分布

第二节 户外媒体行业集中度分析

一、行业市场销售集中度分析

二、行业区域消费集中度分析

第二节 2018年中国户外媒体行业SWOT模型分析

一、优势

二、劣势

三、机会

四、威胁

第八章 户外媒体行业优势生产企业竞争力分析

第一节 华视传媒集团有限公司

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、企业发展战略分析

第二节 上海雅仕维广告有限公司

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、企业发展战略分析

第三节 分众传媒信息技术股份有限公司

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、企业发展战略分析

第四节 航美传媒集团有限公司

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、企业发展战略分析

第五节 德高广告(上海)有限公司

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、企业发展战略分析

第九章 2014-2018年中国户外媒体行业上下游分析及其影响

第一节 2018年中国户外媒体行业上游发展及影响分析

- 一、2018年中国户外媒体行业上游运行现状分析
- 二、2020-2026年中国户外媒体行业上游市场发展前景预测
- 三、上游对本行业产生的影响分析

第二节 2018年中国户外媒体行业下游发展及影响分析

- 一、2018年中国户外媒体行业下游运行现状分析
- 二、2020-2026年中国户外媒体行业下游市场发展前景预测
- 三、下游对本行业产生的影响分析

第十章 2020-2026年户外媒体行业发展及投资前景预测分析

第一节 2020-2026年户外媒体行业市场规模预测分析

第二节 2020-2026年户外媒体行业供需预测分析

第三节 中国户外媒体行业五力分析

- 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

第四节 2020-2026年我国户外媒体行业前景展望分析

第五节 2020-2026年我国户外媒体行业产品价格走势预测

第六节 2020-2026年我国户外媒体行业盈利能力预测

第十一章 2020-2026年中国户外媒体行业投资风险分析

第一节 2010-2018年中国户外媒体行业投资金额分析

- 一、2010-2018年中国户外媒体行业内资企业投资金额分析
- 二、2010-2018年中国户外媒体行业港澳台及外资企业投资金额分析

第二节 近年中国户外媒体行业主要投资项目分析

第二节 2020-2026年中国户外媒体行业投资周期分析

第三节 2020-2026年中国户外媒体行业投资风险分析

一、政策和体制风险

二、技术发展风险

三、市场竞争风险

四、原材料压力风险

五、进入退出风险

六、经营管理风险

第十二章 2020-2026年中国户外媒体行业发展策略及投资建议分析

第一节 户外媒体行业发展策略分析

一、坚持产品创新的领先战略

二、坚持品牌建设的引导战略

三、坚持工艺技术创新的支持战略

四、坚持市场营销创新的决胜战略

五、坚持企业管理创新的保证战略

第二节 户外媒体行业市场的关键客户战略实施

一、实施关键客户战略的必要性

二、合理确立关键客户

三、对关键客户的营销策略

四、强化关键客户的管理

五、实施关键客户战略要重点解决的问题

第三节 2020-2026年中国户外媒体产品生产及销售投资运作模式探讨

一、国内生产企业投资运作模式

二、国内营销企业投资运作模式

三、外销与内销优势分析

1、产品外销优势

2、产品内销优势

第四节 2020-2026年中国户外媒体行业发展建议

第五节 2020-2026年中国户外媒体行业投资建议

图表目录：

图表：2012-2018年全球经济增长趋势：%

图表：2012-2018年中国GDP经济增长趋势：%

图表：1995-2018年户外媒体相关专利申请数量变化走势图：个

图表：户外媒体产业链结构示意图

图表：1995-2018年中国户外媒体行业专利申请情况(单位：个)

图表：2018年户外媒体行业专利申请前十申请量统计(单位：个)

图表：2018年我国户外媒体行业相关发明专利分布领域(前十位)(单位：%)

图表：2009-2018年中国户外媒体产量及其增速走势图

图表：2009-2018年中国户外媒体消费量及其增速走势图

图表：2009-2018年中国户外媒体市场规模及其增速走势图

图表：2009-2018年中国户外媒体市场价格走势图

图表：2020-2026年中国户外媒体产量及消费量预测

图表：2020-2026年中国户外媒体市场价格走势预测

图表：2009-2018年我国户外媒体市场规模分区域统计表

图表：2012-2018年中国户外媒体所属行业企业数量增长趋势图

图表：2012-2018年中国户外媒体所属行业资产规模增长分析

图表：2012-2018年中国户外媒体所属行业销售规模增长分析

图表：2012-2018年中国户外媒体所属行业利润规模增长分析

图表：2012-2018年中国户外媒体所属行业产成品增长分析

图表：2012-2018年中国户外媒体所属行业总产值分析

图表：2012-2018年中国户外媒体所属行业成本费用结构变动趋势

图表：2012-2018年中国户外媒体所属行业销售成本分析

图表：2012-2018年中国户外媒体所属行业销售费用分析

图表：2012-2018年中国户外媒体所属行业管理费用分析

图表：2012-2018年中国户外媒体所属行业财务费用分析

图表：2012-2018年中国户外媒体所属行业资产收益率分析

图表：2012-2018年中国户外媒体所属行业销售利润率分析

图表：2012-2018年中国户外媒体所属行业总资产周转率分析

图表：2012-2018年中国户外媒体所属行业流动资产周转率分析

图表：2012-2018年中国户外媒体所属行业销售增长率分析

图表：2012-2018年中国户外媒体所属行业利润增长率分析

图表：2012-2018年中国户外媒体所属行业资产负债率分析

图表：2012-2018年中国户外媒体所属行业流动比率分析

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202008/179376.html>