

2021-2027年中国户外广告 行业前景展望与市场需求预测报告

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

《2021-2027年中国户外广告行业前景展望与市场需求预测报告》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/202101/200336.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

户外广告是在建筑物外表或街道、广场等室外公共场所设立的霓虹灯、广告牌、海报等。户外广告是面向所有的公众，所以比较难以选择具体目标对象，但是户外广告可以在固定的地点长时期地展示企业的形象及品牌，因而对于提高企业和品牌的知名度是很有效的。

中企顾问网发布的《2021-2027年中国户外广告行业前景展望与市场需求预测报告》共十二章。首先介绍了户外广告行业市场发展环境、户外广告整体运行态势等，接着分析了户外广告行业市场运行的现状，然后介绍了户外广告市场竞争格局。随后，报告对户外广告做了重点企业经营状况分析，最后分析了户外广告行业发展趋势与投资预测。您若想对户外广告产业有个系统的了解或者想投资户外广告行业，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：

第一部分 行业环境综述

第一章 中国户外广告行业发展的经济及社会环境分析

1.1 中国户外广告行业经济环境分析

1.1.1 中国经济运行情况

1、国民经济运行情况GDP

2、消费价格指数CPI、PPI

3、全国居民收入情况

4、恩格尔系数

5、工业发展形势

6、固定资产投资情况

1.1.2 经济环境对行业的影响分析

1.2 中国户外广告行业社会环境分析

1.2.1 行业社会环境

1、人口环境分析

2、教育环境分析

3、文化环境分析

- 4、生态环境分析
- 5、中国城镇化率
- 6、居民的各种消费观念和习惯
- 1.2.2 社会环境对行业的影响分析

第二章 中国户外广告行业发展的政策及技术环境分析

2.1 中国户外广告行业政策环境分析

2.1.1 行业监管环境

- 1、行业主管部门
- 2、行业监管体制

2.1.2 行业政策分析

- 1、主要法律法规
- 2、相关发展规划

2.1.3 政策环境对行业的影响分析

2.2 中国户外广告行业技术环境分析

2.2.1 户外广告技术分析

- 1、技术水平总体发展情况
- 2、中国户外广告行业新技术研究

2.2.2 户外广告技术发展水平

- 1、中国户外广告行业技术水平所处阶段
- 2、与国外户外广告行业的技术差距

2.2.3 行业主要技术发展趋势

2.2.4 技术环境对行业的影响

第三章 户外广告行业概述

3.1 户外广告行业基本概述

- 3.1.1 户外广告行业基本定义
- 3.1.2 户外广告行业主要分类
- 3.1.3 户外广告行业市场特点

3.2 户外广告行业商业模式

- 3.2.1 户外广告行业商业模式
- 3.2.2 户外广告行业盈利模式

3.2.3 户外广告行业互联网+模式

3.3 户外广告行业产业链

3.3.1 户外广告行业产业链简介

3.3.2 户外广告行业上游供应分布

3.3.3 户外广告行业下游需求领域

3.4 户外广告行业研究机构

3.4.1 户外广告行业介绍

3.4.2 户外广告行业-研究优势

3.4.3 户外广告行业-研究范围

第二部分 行业发展概况

第四章 户外广告行业发展现状分析

4.1 2014-2019年全球户外广告行业发展情况概述

4.1.1 全球户外广告行业发展现状

4.1.2 全球户外广告行业市场规模

1、全球户外广告行业市场规模分析

2、全球户外广告行业市场规模预测

4.1.3 全球户外广告行业区域分析

1、美国户外广告行业发展概况

2、欧洲户外广告行业发展概况

3、日韩户外广告行业发展概况

4.2 2014-2019年中国户外广告行业发展情况概述

4.2.1 中国户外广告行业发展阶段

4.2.2 中国户外广告行业发展总体概况

4.2.3 中国户外广告行业发展特点分析

4.2.4 中国户外广告行业细分市场分析

4.3 2014-2019年中国户外广告行业区域发展现状

4.3.1 中国户外广告行业区域发展综述

4.3.2 中国户外广告行业区域分布情况

4.3.3 中国户外广告行业区域发展策略

第五章 中国户外广告行业运行指标分析及预测

5.1 中国户外广告行业市场规模分析及预测

5.1.1 2014-2019年中国户外广告行业市场规模分析

5.1.2 2021-2027年中国户外广告行业市场规模预测

5.2 中国户外广告行业市场供需分析及预测

5.2.1 中国户外广告行业市场供给分析

1、2014-2019年中国户外广告行业供给规模分析

2、2021-2027年中国户外广告行业供给规模预测

5.2.2 中国户外广告行业市场需求分析

1、2014-2019年中国户外广告行业需求规模分析

2、2021-2027年中国户外广告行业需求规模预测

5.3 中国户外广告行业企业数量分析

5.3.1 2014-2019年中国户外广告行业企业数量情况

5.3.2 2014-2019年中国户外广告行业企业竞争结构

5.4 2014-2019年中国户外广告所属行业财务指标总体分析

5.4.1 行业盈利能力分析

5.4.2 行业偿债能力分析

5.4.3 行业营运能力分析

5.4.4 行业发展能力分析

第三部分 投资潜力分析

第六章 中国户外广告行业重点上游供应分析

6.1 户外广告行业上游（一）供应分析

6.1.1 发展现状分析

6.1.2 发展规模分析

6.1.3 重点企业分析

6.2 户外广告行业上游（二）供应分析

6.2.1 发展现状分析

6.2.2 发展规模分析

6.2.3 重点企业分析

6.3 户外广告行业上游（三）供应分析

6.3.1 发展现状分析

6.3.2 发展规模分析

6.3.3 重点企业分析

第七章 中国户外广告行业重点下游领域分析

7.1 户外广告行业下游领域（一）分析

7.1.1 发展现状概述

7.1.2 市场应用规模

7.1.3 市场需求分析

7.2 户外广告行业下游领域（二）分析

7.2.1 发展现状概述

7.2.2 市场应用规模

7.2.3 市场需求分析

7.3 户外广告行业下游领域（三）分析

7.3.1 发展现状概述

7.3.2 市场应用规模

7.3.3 市场需求分析

第八章 2021-2027年中国户外广告行业投资风险与潜力分析

8.1 户外广告行业投资风险与壁垒

8.1.1 户外广告行业进入壁垒分析

8.1.2 户外广告行业发展趋势分析

8.1.3 户外广告行业发展的影响因素

1、有利因素

2、不利因素

8.1.4 户外广告行业投资风险分析

1、政策风险

2、供求风险

3、技术风险

4、产品结构风险

5、其他风险

8.2 2021-2027年户外广告行业投资潜力与建议

8.2.1 中国户外广告行业投资潜力分析

1、户外广告投资潜力分析

- 2、户外广告投资吸引力分析
- 3、户外广告主要潜力品种分析
- 8.2.2 中国户外广告行业投资机会分析
 - 1、产业链投资机会
 - 2、细分市场投资机会
 - 3、重点区域投资机会
 - 4、产业发展的空白点
 - 5、投资回报率较高的投资方向
- 8.2.3 户外广告行业投资建议
 - 1、移动互联网营销渠道
 - 2、多渠道共同推进市场

第四部分 行业竞争策略

第九章 中国户外广告行业竞争企业分析

9.1 分众传媒控股有限公司

9.1.1 企业发展基本情况

9.1.2 企业主要产品分析

9.1.3 企业竞争优势分析

9.1.4 企业竞争策略分析

9.1.5 企业经营状况分析

9.1.6 企业最新发展动态

9.2 华视传媒集团有限公司

9.2.1 企业发展基本情况

9.2.2 企业主要产品分析

9.2.3 企业竞争优势分析

9.2.4 企业竞争策略分析

9.2.5 企业经营状况分析

9.2.6 企业最新发展动态

9.3 航美传媒集团有限公司

9.3.1 企业发展基本情况

9.3.2 企业主要产品分析

9.3.3 企业竞争优势分析

- 9.3.4 企业竞争策略分析
- 9.3.5 企业经营状况分析
- 9.3.6 企业最新发展动态
- 9.4 北京首都机场广告有限公司
 - 9.4.1 企业发展基本情况
 - 9.4.2 企业主要产品分析
 - 9.4.3 企业竞争优势分析
 - 9.4.4 企业竞争策略分析
 - 9.4.5 企业经营状况分析
 - 9.4.6 企业最新发展动态
- 9.5 巴士在线控股有限公司
 - 9.5.1 企业发展基本情况
 - 9.5.2 企业主要产品分析
 - 9.5.3 企业竞争优势分析
 - 9.5.4 企业竞争策略分析
 - 9.5.5 企业经营状况分析
 - 9.5.6 企业最新发展动态
- 9.6 世通华纳传媒控股有限公司
 - 9.6.1 企业发展基本情况
 - 9.6.2 企业主要产品分析
 - 9.6.3 企业竞争优势分析
 - 9.6.4 企业竞争策略分析
 - 9.6.5 企业经营状况分析
 - 9.6.6 企业最新发展动态

第十章 中国户外广告行业竞争力分析

- 10.1 户外广告行业竞争五力模型分析
 - 10.1.1 户外广告行业上游议价能力
 - 10.1.2 户外广告行业下游议价能力
 - 10.1.3 户外广告行业新进入者威胁
 - 10.1.4 户外广告行业替代产品威胁
 - 10.1.5 户外广告行业内部企业竞争

10.2 户外广告行业竞争SWOT模型分析

10.2.1 户外广告行业优势分析（S）

10.2.2 户外广告行业劣势分析（W）

10.2.3 户外广告行业机会分析（O）

10.2.4 户外广告行业威胁分析（T）

10.3 户外广告行业竞争格局分析及预测

10.3.1 2014-2019年户外广告行业竞争分析

10.3.2 2014-2019年中外户外广告产品竞争分析

10.3.3 2014-2019年我国户外广告市场集中度分析

10.3.4 2021-2027年户外广告行业竞争格局预测

第十一章 中国户外广告行业企业竞争策略建议（）

11.1 提高户外广告企业竞争力的策略

11.1.1 提高中国户外广告企业核心竞争力的对策

11.1.2 户外广告企业提升竞争力的主要方向

11.1.3 影响户外广告企业核心竞争力的因素及提升途径

11.1.4 提高户外广告企业竞争力的策略建议

11.2 户外广告行业企业产品竞争策略

11.2.1 产品组合竞争策略

11.2.2 产品生命周期的竞争策略

11.2.3 产品品种竞争策略

11.2.4 产品价格竞争策略

11.2.5 产品销售竞争策略

11.2.6 产品服务竞争策略

11.2.7 产品创新竞争策略

11.3 户外广告行业企业品牌营销策略

11.3.1 品牌个性策略

11.3.2 品牌传播策略

11.3.3 品牌销售策略

11.3.4 品牌管理策略

11.3.5 网络营销策略

11.3.6 品牌文化策略

11.3.7 品牌策略案例

第十二章 户外广告行业研究结论及建议（）

12.1 户外广告行业研究结论

12.2 建议

部分图表目录：

图表：2014-2019年国内生产总值及其增速

图表：2014-2019年三次产业增加值占国内总值的比重

图表：2014-2019年全国工业增加值及其增长速度

图表：2014-2019年全国社会固定资产投资

图表：2014-2019年户外广告行业主要政策汇总

图表：户外广告行业技术分析

图表：户外广告产业链分析

图表：2014-2019年全球户外广告行业市场规模分析

图表：2021-2027年全球户外广告行业市场规模预测

图表：2014-2019年中国户外广告行业市场规模分析

图表：2021-2027年中国户外广告行业市场规模预测

图表：2014-2019年中国户外广告行业供给规模分析

图表：2021-2027年中国户外广告行业供给规模预测

图表：2014-2019年中国户外广告行业需求规模分析

图表：2021-2027年中国户外广告行业需求规模预测

图表：2014-2019年中国户外广告行业企业数量情况

图表：2014-2019年中国户外广告行业企业竞争结构

图表：中国户外广告行业盈利能力分析

图表：中国户外广告行业运营能力分析

图表：中国户外广告行业偿债能力分析

图表：中国户外广告行业发展能力分析

图表：中国户外广告行业经营效益分析

图表：2021-2027年中国户外广告行业发展趋势预测

图表：2021-2027年中国户外广告行业竞争策略建议

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202101/200336.html>