

# 2024-2030年中国车身广告行业市场运营格局及未来前景分析报告

报告大纲

## 一、报告简介

智研咨询发布的《2024-2030年中国车身广告行业市场运营格局及未来前景分析报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本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，以及我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市场调研分析。

官网地址：<https://www.chyxx.com/research/202110/979470.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

为方便行业人士或投资者更进一步了解车身广告行业现状与前景，智研咨询特推出《2024-2030年中国车身广告行业市场运营格局及未来前景分析报告》（以下简称《报告》）。报告对中国车身广告市场做出全面梳理和深入分析，是智研咨询多年连续追踪、实地走访、调研和分析成果的呈现。

为确保车身广告行业数据精准性以及内容的可参考价值，智研咨询研究团队通过上市公司年报、厂家调研、经销商座谈、专家验证等多渠道开展数据采集工作，并对数据进行多维度分析，以求深度剖析行业各个领域，使从业者能够从多种维度、多个侧面综合了解2022年车身广告行业的发展态势，以及创新前沿热点，进而赋能车身广告从业者抢跑转型赛道。

车身广告按其发布位置可分为两侧分布、半车身发布以及全车身发布。两侧发布广告发布面积小，发布价格低廉，适合诉求与品牌形象相关性较低的简单广告信息和促销等信息告知；全车及半车身发布广告发布面积大，广告信息传播完整美观，视觉效果良好，适合主流品牌的营造及品牌维护推广工作，但发布费用相对较高。车身广告可根据下面表格进行分类：

中国的车身广告市场近年来一直在快速发展中，尤其是在一线城市和主要二线城市中，车身广告渐成风潮。一线城市通常是主要的市场，由于其拥有庞大的人口和丰富的商业活动，提供了广泛的宣传机会。智能技术在车身广告的应用日益增多，如使用LED屏幕、AR技术、IoT技术来提高广告的互动性和吸引力。数据驱动的广告投放策略也逐渐成为趋势，企业运用大数据技术优化广告投放，提升广告效果。根据数据显示，中国车室内广告市场规模及产值近两年呈现平稳发展，2022年中国车身广告行业市场规模约为58.3亿元，产值约为59.4亿元。

中国车身广告行业市场结构中，公交车身广告占据绝大多数市场份额，公交车流通范围大，宣传效果广，乘坐人数多，因此占比最重，占比为91.21%；从区域分布来看，主要集中在华东及中南地区，华东、中南地区较为发达，人数众多；占比分别为27.31%、27.37%。

随着我国城镇化的加快，城市公交线路及公交车辆的数量也在不断地与日俱增。至此车身广告以其最低的千人成本优势依然占领者营销市场中较大的份额，成为众多中大型企业不可忽略的选择。许多中大型城市的公交运营商已将车体及候车亭广告作为其第二项主营业务进行独立经营，但在许多三、四线城市的公交运营商还达不到这样的水准和要求，行业涌现出众多第三方服务商，行业竞争门槛不高，产品同质性强，因此行业竞争较为激烈。

北巴传媒的成立与发展是首都公交发展史上的一个重要组成部分。2006年，公司先后进行三次重大资产重组，使得公司业务发展从最初的城市公交客运华丽转型为以广告传媒、汽车

服务和投融资业务等为主营业务的综合性服务商。根据公司年报显示，2022年广告传媒业务收入为3.08亿元。

在全球范围内，对环保和可持续性的关注逐渐增加。未来的车身广告可能会更多地关注绿色和可持续性主题，以反映汽车制造商的可持续性努力和环保技术。需要注意的是，这些趋势可能会根据时间和地点而有所不同，取决于市场条件、技术进步和社会变革。未来的车身广告行业将需要不断适应这些变化，以保持竞争力并吸引更多的消费者。

《2024-2030年中国车身广告行业市场运营格局及未来前景分析报告》是智研咨询重要成果，是智研咨询引领行业变革、寄情行业、践行使命的有力体现，更是车身广告领域从业者把握行业不可或缺的重要工具。智研咨询已经形成一套完整、立体的智库体系，多年来服务政府、企业、金融机构等，提供科技、咨询、教育、生态、资本等服务。

报告目录：

## 第一章 车身广告行业概述

### 第一节 车身广告定义

### 第二节 车身广告行业发展历程

### 第三节 车身广告行业分类情况

### 第四节 车身广告产业链分析

#### 一、产业链模型介绍

#### 二、车身广告产业链模型分析

## 第二章 中国车身广告行业发展环境分析

### 第一节 中国车身广告行业发展经济环境分析

#### 一、经济发展现状分析

#### 二、当前经济主要问题

#### 三、未来经济运行与政策展望

### 第二节 中国车身广告行业发展政策环境分析

#### 一、车身广告行业政策影响分析

#### 二、相关车身广告行业标准分析

### 第三节 中国车身广告行业发展社会环境分析

## 第三章 2019-2023年中国车身广告行业发展现状分析

### 第一节 2019-2023年中国车身广告行业发展现状

- 一、车身广告行业品牌发展现状
- 二、车身广告行业需求市场现状
- 三、车身广告市场需求层次分析
- 四、中国车身广告市场走向分析
- 第二节 2019-2023年中国车身广告产品技术分析
  - 一、车身广告产品技术变化特点
  - 二、车身广告产品市场的新技术
  - 三、车身广告产品市场现状分析
- 第三节 中国车身广告行业存在的问题
  - 一、国内车身广告产品市场的三大瓶颈
  - 二、车身广告产品市场遭遇的规模难题
- 第四节 对中国车身广告市场的分析及思考
  - 一、车身广告市场特点
  - 二、车身广告市场分析
  - 三、车身广告市场变化的方向
  - 四、中国车身广告行业发展的新思路
  - 五、对我国车身广告行业发展的思考

#### 第四章 中国车身广告行业供给与需求情况分析

- 第一节 2019-2023年中国车身广告行业总体规模
- 第二节 中国车身广告行业盈利情况分析
- 第三节 中国车身广告行业供给概况
  - 一、2019-2023年中国车身广告供给情况分析
  - 二、2023年中国车身广告行业供给特点分析
  - 三、2024-2030年中国车身广告行业供给预测
- 第四节 中国车身广告行业需求概况
  - 一、2019-2023年中国车身广告行业需求情况分析
  - 二、2023年中国车身广告行业市场需求特点分析
  - 三、2024-2030年中国车身广告市场需求预测
- 第五节 车身广告产业供需平衡状况分析

#### 第五章 2019-2023年中国车身广告行业重点地区现状分析

- 第一节 中国车身广告行业重点区域市场结构分析
- 第二节 东北地区车身广告行业现状分析
- 第三节 华北地区车身广告行业现状分析

#### 第四节 华东地区车身广告行业现状分析

#### 第五节 中南地区车身广告行业现状分析

#### 第六节 西部地区车身广告行业现状分析

### 第六章 车身广告细分行业市场调研

#### 第一节 车身广告细分行业——公交车市场调研

##### 一、公交车车身广告行业现状

##### 二、公交车车车身广告行业前景预测

#### 第二节 车身广告细分行业——出租车市场调研

##### 一、出租车车身广告行业现状

##### 二、出租车车身广告行业前景预测

### 第七章 车身广告上下游行业发展现状与趋势

#### 第一节 车身广告上游行业发展分析

##### 一、车身广告上游行业发展现状

##### 二、车身广告上游行业发展趋势预测

##### 三、行业新动态及其对车身广告行业的影响分析

#### 第二节 车身广告下游行业发展分析

##### 一、车身广告下游行业发展现状

##### 二、车身广告下游行业发展趋势预测

##### 三、行业新动态及其对车身广告行业的影响分析

### 第八章 车身广告行业市场竞争策略分析

#### 第一节 车身广告行业竞争结构分析

##### 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

#### 第二节 车身广告市场竞争策略分析

##### 一、车身广告市场增长潜力分析

##### 二、车身广告产品竞争策略分析

##### 三、典型企业产品竞争策略分析

#### 第三节 车身广告企业竞争策略分析

##### 一、2024-2030年中国车身广告市场竞争趋势

- 二、2024-2030年车身广告行业竞争格局展望
- 三、2024-2030年车身广告行业竞争策略分析

## 第九章 车身广告行业重点企业发展调研

### 第一节 北京巴士传媒股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、经营情况分析
- 三、发展规划

### 第二节 浙江尊荣千想传媒股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、经营情况分析
- 三、发展规划

### 第三节 厦门东帝士广告股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、经营情况分析
- 三、发展规划

### 第四节 大象广告股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、经营情况分析
- 三、发展规划

### 第五节 科伦比亚户外传媒公司

- 一、企业概况
- 二、经营情况分析
- 三、发展规划

## 第十章 车身广告行业投资与发展前景分析

### 第一节 2023年车身广告行业投资情况分析

- 一、2023年车身广告行业总体投资结构
- 二、2023年车身广告行业投资规模情况
- 三、2023年车身广告行业投资增速情况
- 四、2023年车身广告行业分地区投资分析

### 第二节 车身广告行业投资机会分析

- 一、车身广告投资项目分析
  - 1、投资对象
  - 2、退出方式

## 二、可以投资的车身广告模式

### 1、投资模式

### 2、预期财务状况分析

## 三、2023年车身广告投资机会

### 1、主要区域

### 2、多元化

## 四、2023年车身广告投资新方向

### 第三节 车身广告行业发展前景分析

#### 一、经济危机下车身广告市场的发展前景

#### 二、2023年车身广告市场面临的发展商机

## 第十一章 2024-2030年中国车身广告行业发展前景预测分析

### 第一节 2024-2030年中国车身广告行业发展预测分析

#### 一、未来车身广告发展分析

#### 二、未来车身广告行业技术开发方向

#### 三、车身广告行业“十四五”整体规划及预测

### 第二节 2024-2030年中国车身广告行业市场前景分析

#### 一、产品差异化是企业发展的方向

#### 二、渠道重心下沉

## 第十二章 2024-2030年车身广告行业发展趋势及投资风险分析

### 第一节 当前车身广告存在的问题

### 第二节 车身广告未来发展预测分析

#### 一、中国车身广告发展方向分析

#### 二、2024-2030年中国车身广告行业发展规模

#### 三、2024-2030年中国车身广告行业发展趋势预测

### 第三节 2024-2030年中国车身广告行业投资风险分析

#### 一、车身广告市场竞争风险

#### 二、车身广告原材料压力风险分析

#### 三、车身广告技术风险分析

#### 四、车身广告政策和体制风险

#### 五、外资进入现状及对未来市场的威胁

## 第十三章 2024-2030年中国车身广告行业投资战略研究

### 第一节 中国车身广告行业投资策略分析



- 一、车身广告投资策略
- 二、车身广告投资筹划策略
- 三、车身广告品牌竞争战略

## 第二节 中国车身广告行业品牌建设策略

- 一、车身广告的规划
- 二、车身广告的建设
- 三、车身广告业成功之道

## 第十四章 车身广告市场指标预测及车身广告项目投资建议

### 第一节 中国车身广告行业市场发展趋势预测

### 第二节 车身广告产品投资机会

### 第三节 车身广告产品投资趋势分析

### 第四节 车身广告项目投资建议

- 一、车身广告行业投资环境考察
- 二、车身广告投资风险及控制策略
- 三、车身广告产品投资方向建议
- 四、车身广告项目投资建议
  - (一) 技术应用注意事项
  - (二) 项目投资注意事项
  - (三) 生产开发注意事项
  - (四) 销售注意事项

### 图表目录：部分

图表 1：产业链模型

图表 2：2019-2023年中国季度GDP增长率走势分析图 单位：%

图表 3：2019-2023年中国分产业季度GDP增长率走势分析图 单位：%

图表 4：2019-2023年中国工业增加值走势分析图 单位：%

图表 5：2019-2023年中国固定资产投资走势分析图 单位：%

图表 6：2019-2023年中国东、中、西部地区固定资产投资走势分析图 单位：%

图表 7：2019-2023年中国社会消费品零售总额走势分析图 单位：亿元，%

图表 8：2019-2023年中国社会消费品零售总额构成走势分析图 单位：%

图表 9：2019-2023年中国CPI、PPI走势分析图 单位：%

图表10：2019-2023年中国企业商品价格指数走势分析图（上年同期为100）

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/202110/979470.html>