

# 2024-2030年中国户外广告行业市场运营态势及投资战略规划报告

报告大纲

智研咨询

[www.chyxx.com](http://www.chyxx.com)

## 一、报告简介

智研咨询发布的《2024-2030年中国户外广告行业市场运营态势及投资战略规划报告》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/202110/979904.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户外广告行业现状与前景，智研咨询特推出《2024-2030年中国户外广告行业市场运营态势及投资战略规划报告》（以下简称《报告》）。报告对中国户外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。

为确保户外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年户外广告行业的发展态势，以及创新前沿热点，进而赋能户外广告从业者抢跑转型赛道。

户外广告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。

户外广告是唯一能够实现广告收入增长的传统媒体分支市场，据统计，截至2022年全球户外广告市场规模约为512亿美元，中国户外广告市场规模约为2698亿元。

从行业总体竞争格局来看，户外广告行业进入门槛低，参与广告市场竞争的企业众多但大多规模较小，行业低端市场竞争比较激烈，基本处于完全竞争状态。近年来，我国户外广告行业营业额呈现增长态势，但我国户外广告经营企业生存状况不容乐观，面临的竞争压力越来越大。

户外广告作为历史较悠久的传统媒体广告形式之一，新技术的出现改变了其内容生产方式、投放方式，增强了其传播效果，使得户外广告在新媒体时代仍在发挥着独特的价值，也迎来了巨大的发展机遇。

《2024-2030年中国户外广告行业市场运营态势及投资战略规划报告》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，更是户外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1章 户外广告行业发展综述

#### 1.1 户外广告行业概述

### 1.1.1 户外广告的定义

### 1.1.2 户外广告的分类

- (1) 按媒体所处位置分类
- (2) 按广告表现性质分类
- (3) 按表现形式不同分类
- (4) 其他形式的分类

### 1.1.3 户外广告的特征

- (1) 户外广告形态特征
- (2) 户外广告传播特征

### 1.1.4 户外广告行业的作用

- (1) 与城市建设的关系
- (2) 与城市文化形象的关系
- (3) 与城市经济发展的关系

## 1.2 户外广告行业种群分析

### 1.2.1 媒介生态种群概述

- (1) 媒介生态种群定义
- (2) 媒介生态种群特征

### 1.2.2 户外广告行业种群结构分析

- (1) 户外广告行业的主要种群
- (2) 户外广告行业的种群间关系

### 1.2.3 户外广告行业种群矛盾分析

- (1) 广告主种群与广告媒介种群矛盾
- (2) 广告公司种群内部矛盾
- (3) 广告公司种群与资本种群间矛盾

## 1.3 户外广告行业发展环境分析

### 1.3.1 户外广告行业政策环境分析

- (1) 户外广告行业监管部门
- (2) 户外广告行业法规政策
- (3) 户外广告行业相关标准

### 1.3.2 户外广告行业经济环境分析

- (1) 国内宏观经济发展分析
- (2) 国内宏观经济发展趋势
- (3) 宏观环境对本行业影响

### 1.3.3 户外广告行业社会环境分析

- (1) 户外广告行业文化环境分析

- (2) 户外广告行业消费环境分析
- (3) 户外广告行业城市环境分析
- 1.3.4 户外广告行业技术环境分析
  - (1) 行业技术专利申请数量分析
  - (2) 行业技术专利申请人分析
  - (3) 行业热门技术发展分析

## 第2章 户外广告所属行业发展现状分析

### 2.1 国际户外广告行业发展分析

#### 2.1.1 国际户外广告行业发展历程

#### 2.1.2 国际户外广告行业整体状况

#### 2.1.3 英国户外广告行业发展分析

- (1) 美国户外广告行业管理规范
- (2) 美国户外广告行业市场规模
- (3) 美国户外广告行业需求结构
- (4) 美国户外广告行业重点客户

#### 2.1.4 欧洲户外广告行业发展分析

- (1) 欧洲户外广告行业规模分析
- (2) 欧洲户外广告发展形态分析<sup>57</sup>
- (3) 欧洲户外广告发布内容分析
- (4) 欧洲户外广告行业前景预测

#### 2.1.5 亚洲国家户外广告行业发展分析

- (1) 日本户外广告行业发展分析
- (2) 新加坡户外广告行业发展分析
- (3) 印度户外广告行业发展分析

### 2.2 中国户外广告行业发展历程分析

#### 2.2.1 中国户外广告行业发展历程

- (1) 户外广告行业恢复发展期
- (2) 户外广告行业改革发展期
- (3) 户外广告行业膨胀发展期
- (4) 户外广告行业平稳发展期
- (5) 户外广告行业迅速发展期

#### 2.2.2 中国户外广告行业发展特点

- (1) 行业的集中度明显增加
- (2) 广告策划达到专业水准

- (3) 户外广告更加重视创意
- (4) 广告媒体资源争夺激烈
- 2.3 中国户外广告行业市场发展分析
  - 2.3.1 户外广告行业市场规模
  - 2.3.2 户外广告投放行业分析
  - 2.3.3 户外广告投放品牌分析
  - 2.3.4 户外媒体价格变化分析
  - 2.3.5 户外广告行业利润分析
- 2.4 中国户外广告行业竞争状况分析
  - 2.4.1 户外广告行业竞争现状分析
  - 2.4.2 户外广告行业竞争格局分析
  - 2.4.3 户外广告行业潜在威胁分析
- 2.5 中国户外广告行业发展机会与威胁
  - 2.5.1 户外广告行业发展的威胁
  - 2.5.2 户外广告行业发展的机会

### 第3章 户外广告行业受众及投放效果分析

- 3.1 户外广告行业受众分析
  - 3.1.1 户外广告受众生活形态分析
    - (1) 受众户外时间分析
    - (2) 受众交通工具选择
  - 3.1.2 户外广告受众广告接触习惯
    - (1) 受众对户外广告的接触频度分析
    - (2) 不同年龄受众户外广告接触情况
    - (3) 不同收入受众户外广告接触情况
  - 3.1.3 户外广告受众认知心理分析
    - (1) 受众对户外广告的认知情况
    - (2) 户外广告受众的偏好分析
  - 3.1.4 户外广告受众心理需求分析
- 3.2 户外广告投放效果分析
  - 3.2.1 户外广告环境对投放效果影响分析
  - 3.2.2 户外广告创意对投放效果影响分析
  - 3.2.3 户外广告投放时机对效果影响分析
  - 3.2.4 户外广告媒体类型对效果影响分析
- 3.3 户外广告设计投放建议

### 3.3.1 户外广告设计策略分析

- (1) 提升户外广告的注意力
- (2) 增强户外广告的记忆度
- (3) 扩张广告的印象空间
- (4) 户外广告情感体验设计

### 3.3.2 户外广告投放建议

- (1) 户外广告投放时间选择
- (2) 户外广告投放地段选择
- (3) 户外广告投放媒体类型选择

## 第4章 户外广告行业主要细分市场分析

### 4.1 户外电子屏广告市场分析

#### 4.1.1 户外电子屏广告市场定义及分类

- (1) 户外电子屏广告市场定义
- (2) 户外电子屏广告市场分类

#### 4.1.2 户外电子屏广告市场现状分析

- (1) 户外电子屏广告市场整体规模
- (2) 户外电子屏广告市场竞争格局

#### 4.1.3 户外电子屏广告细分领域分析

- (1) 户外电子屏广告细分领域规模
- (2) 公交地铁电子屏广告市场分析
- (3) 商业楼宇电子屏广告市场分析
- (4) 航空电子屏广告市场分析

#### 4.1.4 户外电子屏广告市场发展趋势

- (1) 户外电子屏广告促进因素分析
- (2) 户外电子屏广告市场规模预测

### 4.2 公交车身广告市场分析

#### 4.2.1 公交车身广告定义及特点

- (1) 公交车身广告定义
- (2) 公交车身广告特点
- (3) 公交车身广告优势

#### 4.2.2 公交车身广告市场现状分析

- (1) 公交车身广告市场规模
- (2) 公交车身广告市场竞争情况
- (3) 公交车身广告区域市场情况

#### 4.2.3 公交车身广告投放情况分析

- (1) 公交车身广告投放行业分析
- (2) 公交车身广告投放品牌分析

#### 4.2.4 公交车身广告投放效果分析

- (1) 公交车身广告投放效果影响因素
- (2) 公交车身广告投放效果评测分析
- (3) 公交车身广告投放效果预测

### 4.3 电梯平面广告市场分析

#### 4.3.1 电梯平面广告基本情况

- (1) 电梯平面广告基本尺寸
- (2) 电梯平面广告基本形式
- (3) 电梯平面广告画面制造
- (4) 电梯平面广告目标受众

#### 4.3.2 电梯平面广告市场现状分析

- (1) 电梯平面广告市场发展状况
- (2) 电梯平面广告区域市场情况

#### 4.3.3 电梯平面广告投放情况分析

- (1) 电梯平面广告投放覆盖面分析
- (2) 电梯平面广告投放行业分析
- (3) 电梯平面广告投放品牌分析

#### 4.3.4 电梯平面广告投放效果分析

- (1) 电梯平面广告到达率评估
- (2) 目标受众的评价
- (3) 电梯平面广告的效果体现

#### 4.3.5 京东商城电梯平面广告投放效果分析

- (1) 调研背景分析
- (2) 广告到达状况分析
- (3) 广告创意分析
- (4) 广告投放后产生的影响分析

### 4.4 户外广告其他细分市场分析

#### 4.4.1 射灯广告市场分析

- (1) 射灯广告市场发展现状
- (2) 射灯广告市场发展趋势

#### 4.4.2 候车亭广告市场分析

- (1) 候车亭广告市场发展现状



(2) 候车亭广告市场发展趋势

#### 4.4.3 单立柱广告市场分析

(1) 单立柱广告市场发展现状

(2) 单立柱广告市场发展趋势

#### 4.4.4 霓虹灯广告市场分析

(1) 霓虹灯广告市场发展现状

(2) 霓虹灯广告市场发展趋势

### 第5章 户外广告行业区域市场分析

#### 5.1 户外广告行业市场区域发展概况

#### 5.2 一线城市户外广告行业市场分析

##### 5.2.1 一线城市户外广告行业市场发展概况

##### 5.2.2 北京市户外广告行业市场发展分析

(1) 北京市户外广告行业管理规范

(2) 北京市户外广告行业投放额分析

(3) 北京市户外广告投放行业分析

(4) 北京市户外广告投放品牌分析

(5) 北京市户外广告媒体资源分析

##### 5.2.3 上海市户外广告行业市场发展分析

(1) 上海市户外广告行业管理规范

(2) 上海市户外广告行业投放额分析

(3) 上海市户外广告行业领先企业分析

(4) 上海市机场类户外广告分析

(5) 上海市旅游类户外广告媒体选择分析

(6) 上海市户外广告媒体资源分析

##### 5.2.4 广州市户外广告行业市场发展分析

(1) 广州市户外广告行业管理规范

(2) 广州市户外广告行业投放额分析

(3) 广州市机场类户外广告分析

(4) 广州市户外广告投放热点区域

(5) 广州市户外广告行业竞争情况

##### 5.2.5 深圳市户外广告行业市场发展分析

(1) 深圳市户外广告行业管理规范

(2) 深圳市户外广告行业市场现状

(3) 深圳市户外广告媒体资源分析

- (4) 深圳市户外广告行业竞争情况
- 5.3 二三线城市户外广告行业市场分析
  - 5.3.1 二三线城市户外广告行业市场发展概况
  - 5.3.2 武汉市户外广告行业市场发展分析
    - (1) 武汉市户外广告行业管理规范
    - (2) 武汉市户外广告行业市场现状
    - (3) 武汉市户外广告媒体资源分析
    - (4) 武汉市户外广告行业竞争情况
  - 5.3.3 南京市户外广告行业市场发展分析
    - (1) 南京市户外广告行业管理规范
    - (2) 南京市户外广告行业市场现状
    - (3) 南京市户外广告媒体资源分析
    - (4) 南京市户外广告行业整治情况
  - 5.3.4 杭州市户外广告行业市场发展分析
    - (1) 杭州市户外广告行业管理规范
    - (2) 杭州市户外广告行业市场现状
    - (3) 杭州市户外广告媒体资源分析
    - (4) 杭州市户外广告行业竞争情况
  - 5.3.5 成都市户外广告行业市场发展分析
    - (1) 成都市户外广告行业管理规范
    - (2) 成都市户外广告行业市场现状
    - (3) 成都市户外广告媒体资源分析
    - (4) 成都市户外广告行业竞争情况
  - 5.3.6 长沙市户外广告行业市场发展分析
    - (1) 长沙市户外广告行业管理规范
    - (2) 长沙市户外广告行业市场现状
    - (3) 长沙市户外广告媒体资源分析
    - (4) 长沙市户外广告行业整治情况
  - 5.3.7 重庆市户外广告行业市场发展分析
    - (1) 重庆市户外广告行业管理规范
    - (2) 重庆市户外广告行业市场现状
    - (3) 重庆市户外广告媒体资源分析
    - (4) 重庆市户外广告行业整治情况

## 第6章 户外广告行业领先企业经营分析

## 6.1 户外广告行业企业总体发展状况

## 6.2 户外广告行业领先企业经营分析

### 6.2.1 分众传媒控股有限公司经营情况分析

- (1) 企业利润分析
- (2) 企业资产负债分析
- (3) 企业现金流量分析
- (4) 企业盈利指标分析

### 6.2.2 华视传媒集团有限公司经营情况分析

- (1) 企业利润分析
- (2) 企业资产负债分析
- (3) 企业现金流量分析
- (4) 企业盈利指标分析

### 6.2.3 航美传媒集团有限公司经营情况分析

- (1) 企业利润分析
- (2) 企业资产负债分析
- (3) 企业现金流量分析
- (4) 企业盈利指标分析

### 6.2.4 海南白马广告媒体投资有限公司经营情况分析

- (1) 企业利润分析
- (2) 企业资产负债分析
- (3) 企业现金流量分析
- (4) 企业盈利指标分析

### 6.2.5 德高中国集团经营情况分析

- (1) 企业利润分析
- (2) 企业资产负债分析
- (3) 企业现金流量分析
- (4) 企业盈利指标分析

### 6.2.6 北京首都机场广告有限公司经营情况分析

- (1) 企业利润分析
- (2) 企业资产负债分析
- (3) 企业现金流量分析
- (4) 企业盈利指标分析

## 第7章 户外广告行业投资分析与前景预测

### 7.1 户外广告行业投资分析

### 7.1.1 户外广告行业投资特性分析

(1) 户外广告行业进入壁垒分析

(2) 户外广告行业经营模式分析

### 7.1.2 户外广告行业投资现状分析

### 7.1.3 户外广告行业投资风险分析

(1) 户外广告行业政策风险

(2) 户外广告行业技术风险

(3) 户外广告行业资源风险

(4) 户外广告行业其他风险

### 7.2 户外广告行业前景预测

#### 7.2.1 户外广告行业发展趋势分析

#### 7.2.2 户外广告行业发展前景预测

### 7.3 户外广告行业投资建议

#### 7.3.1 户外广告行业投资价值

#### 7.3.2 户外广告行业可投资方向

#### 7.3.3 户外广告行业投资方式建议

### 图表目录：部分

图表1：户外广告行业法规政策

图表2：2019-2023年全球户外广告市场规模

图表3：2019-2023年美国户外广告市场规模

图表4：2023年美国前十大户外广告投放行业（按照投放额排名）

图表5：2023年美国户外广告支出广告商TOP10

图表6：2019-2023年欧洲户外广告市场规模

图表7：2019-2023年中国户外广告行业市场规模情况

图表8：2019-2023年中国户外广告分行业投资占比情况

图表9：2019-2023年国内分地区户外广告品牌分布

图表10：2023年中国户外广告投放金额排名

图表11：户外广告行业主要品牌一览

图表12：2024-2030年户外广告市场规模预测

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/202110/979904.html>