

2018-2024年中国户外电子 屏广告行业分析与发展机遇预测报告

报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制
www.chinairr.org

一、报告报价

《2018-2024年中国户外电子屏广告行业分析与发展机遇预测报告》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.chinairr.org/report/R09/R0905/201805/08-260425.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: sales@chyxx.com

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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

户外电子屏在过去的几年内发展得非常迅速，几乎已经占领了能够开发的所有领域，人们生活空间中的很多终端和渠道都会有户外电子屏的存在。随着科技的不断发展，人们生活节奏的不断提高，户外电子屏这种新型媒体模式的出现顺理成章。户外电子屏改变了户外媒体的格局，从最早的分众传媒，到后来的华视、航美，从最早的楼宇电子屏，到后来的地铁、公交乃至航空等领域的户外电子屏，参与到户外电子屏市场的企业越来越多，户外电子屏的覆盖领域也越来越广。这种新媒体形式逐渐融入到人们的生活之中，越发被人们所接受。

户外广告制作是在九十年代末期产生，近两年发展起来的。如今，众多的广告公司越来越关注户外广告的创意、设计效果的实现。各行各业热切希望迅速提升企业形象，传播商业信息，各级政府也希望通过户外广告树立城市形象，美化城市。这些都给户外广告制作提供了巨大的市场机会，也因此提出了更高的要求。

目前，国内80%的户外广告资源均掌握在中小型广告企业手中，而随着市场的不断放开，国际传媒巨头步步切入，中国户外广告产业正面临着有史以来最大的发展和整合期。2016年我国户外广告行业市场规模达到了1120亿元，占比广告市场规模5973亿元的18.75%。

2012-2016年中国户外广告行业市场规模及增长走势

中国产业研究报告网发布的《2018-2024年中国户外电子屏广告行业分析与发展机遇预测报告》共十四章。首先介绍了户外电子屏广告行业市场发展环境、户外电子屏广告整体运行态势等，接着分析了户外电子屏广告行业市场运行的现状，然后介绍了户外电子屏广告市场竞争格局。随后，报告对户外电子屏广告做了重点企业经营状况分析，最后分析了户外电子屏广告行业发展趋势与投资预测。您若想对户外电子屏广告产业有个系统的了解或者想投资户外电子屏广告行业，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：

第一章 户外电子屏广告行业相关概述

1.1 户外电子屏广告行业概况

1.1.1 户外电子屏广告行业的定义

- 1.1.2 户外电子屏广告行业的特性
- 1.1.3 户外电子屏广告产品主要分类
- 1.1.4 户外电子屏广告产业覆盖范围
- 1.2 户外电子屏广告行业概况
 - 1.2.1 行业的定义
 - 1.2.2 行业产品主要分类
 - 1.2.3 行业的应用领域
- 1.3 户外电子屏广告行业经营模式分析
 - 1.3.1 生产模式
 - 1.3.2 采购模式
 - 1.3.3 销售模式

第二章 户外电子屏广告行业市场特点概述

- 2.1 行业市场概况
 - 2.1.1 行业市场特点
 - 2.1.2 行业市场化程度
 - 2.1.3 行业利润水平及变动趋势
- 2.2 进入本行业的主要障碍
 - 2.2.1 资金准入障碍
 - 2.2.2 市场准入障碍
 - 2.2.3 技术与人才障碍
 - 2.2.4 其他障碍
- 2.3 行业的周期性、区域性
 - 2.3.1 行业周期分析
 - 2.3.2 行业的区域性
- 2.4 户外电子屏广告市场发展的驱动因素
 - 2.4.1 制造业自动化升级需求迫切
 - 2.4.2 国内零部件企业综合实力的提升
 - 2.4.3 国产手机品牌的蓬勃发展

第三章 2014-2017年中国户外电子屏广告行业发展环境分析

- 3.1 户外电子屏广告行业政治法律环境

3.1.1 行业管理体制分析

3.1.2 《国务院关于促进信息消费扩大内需的若干意见》

3.1.3 《国务院关于加快培育和发展战略性新兴产业的决定》

3.1.4 《国家战略性新兴产业“十三五”发展规划》

3.1.5 《关于加强移动智能终端进网管理的通知》

3.2 户外电子屏广告行业经济环境分析

3.2.1 宏观经济形势分析

3.2.2 宏观经济环境对行业的影响分析

3.3 户外电子屏广告行业社会环境分析

3.3.1 人口红利正在消失

3.3.2 劳动成本提升

3.4 户外电子屏广告行业技术环境分析

3.4.1 户外电子屏广告技术分析

3.4.2 户外电子屏广告技术发展水平

3.4.3 行业主要技术发展趋势

3.4.4 技术环境对行业的影响

第四章 全球户外电子屏广告行业发展概述

4.1 2014-2017年全球户外电子屏广告行业发展情况概述

4.1.1 全球户外电子屏广告行业发展现状

4.1.2 全球户外电子屏广告行业发展特征

4.1.3 全球户外电子屏广告行业市场规模

4.2 2014-2017年全球主要地区户外电子屏广告行业发展状况

4.2.1 欧洲户外电子屏广告行业发展情况概述

4.2.2 美国户外电子屏广告行业发展情况概述

4.2.3 日韩户外电子屏广告行业发展情况概述

4.3 2018-2024年全球户外电子屏广告行业发展前景预测

4.3.1 全球户外电子屏广告行业市场规模预测

4.3.2 全球户外电子屏广告行业发展前景分析

4.3.3 全球户外电子屏广告行业发展趋势分析

4.4 全球户外电子屏广告行业重点企业发展分析

第五章 中国户外电子屏广告行业发展概述

5.1 中国户外电子屏广告行业发展状况分析

5.1.1 中国户外电子屏广告行业发展阶段

5.1.2 中国户外电子屏广告行业发展总体概况

- 1、户外电子屏广告产业自动化率偏低
- 2、户外电子屏广告产业零部件集中度提升
- 3、户外电子屏广告自动化行业壁垒提高

5.1.3 中国户外电子屏广告行业发展特点分析

- 1、户外电子屏广告制造业自动化升级成为智能制造领跑者
- 2、户外电子屏广告产品自动化升级改造已经启动

5.2 2014-2017年户外电子屏广告行业发展现状

5.2.1 2014-2017年中国户外电子屏广告行业市场规模

5.2.2 2014-2017年中国户外电子屏广告行业发展分析

5.2.3 2014-2017年中国户外电子屏广告企业发展分析

5.3 2018-2024年中国户外电子屏广告行业面临的困境及对策

5.3.1 中国户外电子屏广告行业面临的困境及对策

- 1、中国户外电子屏广告行业面临困境
- 2、中国户外电子屏广告行业对策探讨

5.3.2 国内户外电子屏广告企业的出路分析

第六章 中国户外电子屏广告行业市场运行分析

6.1 2014-2017年中国户外电子屏广告行业总体规模分析

6.1.1 企业数量结构分析

6.1.2 人员规模状况分析

6.1.3 行业资产规模分析

6.1.4 行业市场规模分析

6.2 2014-2017年中国户外电子屏广告行业产销情况分析

6.2.1 中国户外电子屏广告行业工业总产值

6.2.2 中国户外电子屏广告行业工业销售产值

6.2.3 中国户外电子屏广告行业产销率

6.3 2014-2017年中国户外电子屏广告行业市场供需分析

6.3.1 中国户外电子屏广告行业供给分析

6.3.2 中国户外电子屏广告行业需求分析

6.3.3 中国户外电子屏广告行业供需平衡

6.4 2014-2017年中国户外电子屏广告行业财务指标总体分析

6.4.1 行业盈利能力分析

6.4.2 行业偿债能力分析

6.4.3 行业营运能力分析

6.4.4 行业发展能力分析

第七章 中国户外电子屏广告行业细分市场分析

7.1 公交地铁电子屏广告市场

7.1.1 市场细分充分程度

7.1.2 市场细分发展趋势

7.1.3 市场细分战略研究

7.1.4 细分市场结构分析

7.2 商业楼宇电子屏广告市场

7.2.1 市场发展现状概述

7.2.2 行业市场规模分析

7.2.3 行业市场需求分析

7.2.4 产品市场潜力分析

7.3 航空终端电子屏广告市场

7.3.1 市场发展现状概述

7.3.2 行业市场规模分析

7.3.3 行业市场需求分析

7.3.4 产品市场潜力分析

7.4 超大LED电子屏广告市场

7.4.1 市场发展现状概述

7.4.2 行业市场规模分析

7.4.3 行业市场需求分析

7.4.4 产品市场潜力分析

第八章 中国户外电子屏广告行业上、下游产业链分析

8.1 户外电子屏广告行业产业链概述

- 8.1.1 产业链的定义
- 8.1.2 主要环节的增值空间
- 8.1.3 与上下游行业的关联性
- 8.2 户外电子屏广告行业主要上游产业发展分析
 - 8.2.1 电子元器件产业发展现状
 - 8.2.2 平板显示产业发展现状
 - 8.2.3 移动芯片产业发展现状
 - 8.2.4 上游产业对行业的影响
- 8.3 户外电子屏广告行业主要下游产业发展分析
 - 8.3.1 计算机需求分析
 - 8.3.2 手机需求分析
 - 8.3.3 机器人需求分析
 - 8.3.4 下游产业对行业的影响

第九章 中国户外电子屏广告行业市场竞争格局分析

- 9.1 中国户外电子屏广告行业竞争结构分析
 - 9.1.1 行业上游议价能力
 - 9.1.2 行业下游议价能力
 - 9.1.3 行业新进入者威胁
 - 9.1.4 行业替代产品威胁
 - 9.1.5 行业现有企业竞争
- 9.2 中国户外电子屏广告行业竞争格局分析
 - 9.2.1 行业区域分布格局
 - 9.2.2 行业企业规模格局
 - 9.2.3 行业企业性质格局
 - 9.2.4 行业集中度分析
- 9.3 中国户外电子屏广告行业竞争SWOT分析
 - 9.3.1 行业优势分析
 - 9.3.2 行业劣势分析
 - 9.3.3 行业机会分析
 - 9.3.4 行业威胁分析
- 9.4 中国户外电子屏广告行业竞争策略

- 9.4.1 我国户外电子屏广告市场竞争的优势
- 9.4.2 户外电子屏广告行业竞争能力提升途径
- 9.4.3 提高户外电子屏广告行业核心竞争力的对策

第十章 中国户外电子屏广告行业领先企业竞争力分析

10.1 分众传媒控股有限公司

- 10.1.1 企业发展基本情况
- 10.1.2 企业主要产品分析
- 10.1.3 企业竞争优势分析
- 10.1.4 企业经营状况分析
- 10.1.5 企业最新发展动态
- 10.1.6 企业发展战略分析

10.2 航美传媒集团

- 10.2.1 企业发展基本情况
- 10.2.2 企业主要产品分析
- 10.2.3 企业竞争优势分析
- 10.2.4 企业经营状况分析
- 10.2.5 企业最新发展动态
- 10.2.6 企业发展战略分析

10.3 华视传媒集团有限公司

- 10.3.1 企业发展基本情况
- 10.3.2 企业主要产品分析
- 10.3.3 企业竞争优势分析
- 10.3.4 企业经营状况分析
- 10.3.5 企业最新发展动态
- 10.3.6 企业发展战略分析

10.4 世通华纳传媒控股有限公司

- 10.4.1 企业发展基本情况
- 10.4.2 企业主要产品分析
- 10.4.3 企业竞争优势分析
- 10.4.4 企业经营状况分析
- 10.4.5 企业最新发展动态

10.4.6 企业发展战略分析

10.5 郁金香传媒有限公司

10.5.1 企业发展基本情况

10.5.2 企业主要产品分析

10.5.3 企业竞争优势分析

10.5.4 企业经营状况分析

10.5.5 企业最新发展动态

10.5.6 企业发展战略分析

10.6 CCTV移动传媒有限公司

10.6.1 企业发展基本情况

10.6.2 企业主要产品分析

10.6.3 企业竞争优势分析

10.6.4 企业经营状况分析

10.6.5 企业最新发展动态

10.6.6 企业发展战略分析

第十一章 2018-2024年中国户外电子屏广告行业发展趋势与前景分析

11.1 2018-2024年中国户外电子屏广告市场前景

11.1.1 2018-2024年户外电子屏广告市场发展潜力

11.1.2 2018-2024年户外电子屏广告市场前景展望

11.1.3 2018-2024年户外电子屏广告细分行业发展前景分析

11.2 2018-2024年中国户外电子屏广告市场发展趋势预测

11.2.1 2018-2024年户外电子屏广告行业发展趋势

11.2.2 2018-2024年户外电子屏广告市场规模预测

11.2.3 2018-2024年户外电子屏广告行业应用趋势预测

11.2.4 2018-2024年细分市场发展趋势预测

11.3 2018-2024年中国户外电子屏广告行业供需预测

11.3.1 2018-2024年中国户外电子屏广告行业供给预测

11.3.2 2018-2024年中国户外电子屏广告行业需求预测

11.3.3 2018-2024年中国户外电子屏广告供需平衡预测

11.4 影响企业生产与经营的关键趋势

11.4.1 行业发展有利因素与不利因素

- 11.4.2 市场整合成长趋势
- 11.4.3 需求变化趋势及新的商业机遇预测
- 11.4.4 企业区域市场拓展的趋势
- 11.4.5 科研开发趋势及替代技术进展
- 11.4.6 影响企业销售与服务方式的关键趋势

第十二章 2018-2024年中国户外电子屏广告行业投资前景

- 12.1 户外电子屏广告行业投融资情况
 - 12.1.1 行业资金渠道分析
 - 12.1.2 固定资产投资分析
 - 12.1.3 兼并重组情况分析
- 12.2 户外电子屏广告行业投资特性分析
 - 12.2.1 行业进入壁垒分析
 - 12.2.2 行业盈利模式分析
 - 12.2.3 行业盈利因素分析
- 12.3 户外电子屏广告行业投资机会分析
 - 12.3.1 产业链投资机会
 - 12.3.2 细分市场投资机会
 - 12.3.3 重点区域投资机会
 - 12.3.4 产业发展的空白点分析
- 12.4 户外电子屏广告行业投资风险分析
 - 12.4.1 行业政策风险
 - 12.4.2 宏观经济风险
 - 12.4.3 市场竞争风险
 - 12.4.4 关联产业风险
 - 12.4.5 技术研发风险
 - 12.4.6 其他投资风险
- 12.5 户外电子屏广告行业投资潜力与建议
 - 12.5.1 户外电子屏广告行业投资潜力分析
 - 12.5.2 户外电子屏广告行业最新投资动态
 - 12.5.3 户外电子屏广告行业投资机会与建议

第十三章 2018-2024年中国户外电子屏广告企业投资战略与客户策略分析

13.1 户外电子屏广告企业发展战略规划背景意义

13.1.1 企业转型升级的需要

13.1.2 企业做大做强的需要

13.1.3 企业可持续发展需要

13.2 户外电子屏广告企业战略规划制定依据

13.2.1 国家政策支持

13.2.2 行业发展规律

13.2.3 企业资源与能力

13.2.4 可预期的战略定位

13.3 户外电子屏广告企业战略规划策略分析

13.3.1 战略综合规划

13.3.2 技术开发战略

13.3.3 区域战略规划

13.3.4 产业战略规划

13.3.5 营销品牌战略

13.3.6 竞争战略规划

13.4 户外电子屏广告中小企业发展战略研究

13.4.1 中小企业存在主要问题

- 1、缺乏科学的发展战略
- 2、缺乏合理的企业制度
- 3、缺乏现代的企业管理
- 4、缺乏高素质的专业人才
- 5、缺乏充足的资金支撑

13.4.2 中小企业发展战略思考

- 1、实施科学的发展战略
- 2、建立合理的治理结构
- 3、实行严明的企业管理
- 4、培养核心的竞争实力
- 5、构建合作的企业联盟

第十四章 研究结论及建议 (ZY PX)

- 14.1 户外电子屏广告行业研究结论
- 14.2 户外电子屏广告行业投资价值评估
- 14.3 户外电子屏广告行业投资建议
 - 14.3.1 行业发展策略建议
 - 14.3.2 行业投资方向建议
 - 14.3.3 行业投资方式建议

图表目录：

- 图表：户外电子屏广告行业特点
- 图表：户外电子屏广告行业生命周期
- 图表：户外电子屏广告行业产业链分析
- 图表：户外电子屏广告行业SWOT分析
- 图表：2014-2017年中国GDP增长及增速图
- 图表：2014-2017年全国工业增加值及增速图
- 图表：2014-2017年全国固定资产投资图
- 图表：2014-2017年户外电子屏广告行业市场规模分析
- 图表：2018-2024年户外电子屏广告行业市场规模预测
- 图表：中国户外电子屏广告行业盈利能力分析
- 图表：中国户外电子屏广告行业运营能力分析
- 图表：中国户外电子屏广告行业偿债能力分析
- 图表：中国户外电子屏广告行业发展能力分析
- 图表：中国户外电子屏广告行业经营效益分析
- 图表：2014-2017年户外电子屏广告重要数据指标比较
- 图表：2014-2017年中国户外电子屏广告行业销售情况分析
- 图表：2014-2017年中国户外电子屏广告行业利润情况分析
- 图表：2014-2017年中国户外电子屏广告行业资产情况分析
- 图表：2014-2017年中国户外电子屏广告竞争力分析
- 图表：2018-2024年中国户外电子屏广告产能预测
- 图表：2018-2024年中国户外电子屏广告消费量预测
- 图表：2018-2024年中国户外电子屏广告市场价格走势预测
- 图表：2018-2024年中国户外电子屏广告发展趋势预测
- 图表：投资建议

图表：区域发展战略规划

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R09/R0905/201805/08-260425.html>