

# 2021-2027年中国户外媒体 市场深度研究与投资潜力分析报告

## 报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制  
[www.chinairr.org](http://www.chinairr.org)

## 一、报告报价

《2021-2027年中国户外媒体市场深度研究与投资潜力分析报告》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/R03/R0305/202104/30-403469.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](mailto: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。2016-2018年广告主对“互联网+户外媒体”预算分配比重加大 当前，国家宏观经济稳中向好运行，移动互联网、社交媒体、AI、VR 等新兴技术及媒介助力，广告业更是突飞猛进。其中户外广告在受众自愿、不经意、不占有时间的情况下便可以完成对受众的内容传播和渗透，进而影响到人们的购买行为，诸多厂商已从大批量的户外广告投放中获得丰厚回报。户外广告将越来越受到各行业广告主的青睐，市场规模有望继续快速增长。2016-2018年广告主对“互联网+户外媒体”预算分配比重加大 中国产业研究报告网发布的《2021-2027年中国户外媒体市场深度研究与投资潜力分析报告》共十二章。首先介绍了中国户外媒体行业市场发展环境、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，然后介绍了户外媒体市场竞争格局。随后，报告对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中国户外媒体行业，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2019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、2019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、2015-2019年中国居民（消费者）收入情况三、2015-2019年中国城市化率四、2015-2019年中国城市及农村居民年均可支配收入四、2019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2015-2019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 2019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 2019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 2021-2027年全球户外媒体所属行业市场规模趋势预测分析 第四章 2019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 2019年中国户外媒体所属行业发展状况一、2019年户外媒体行业发展状况分析

在细分领域方面，户外电子屏广告市场、车身广告及电梯广告市场因受众覆盖面广、广告投放效果好等原因广受关注。特别是以楼宇类和交通类为代表的户外媒体，通过对人们生活圈的精准布局，一直被广告主所看好。户外媒体的数字化渐成趋势，数字影院、电梯海报广告预算相应增加，成为领跑其他户外媒体的广告形式。2016-2018年各户外生活圈媒体刊例花费变化 二、2019年中国户外媒体行业发展动态三、2019年我国户外媒体行业发展热点四、2019年我国户外媒体行业存在的问题第二节 2019年中国户外媒体所属行业市场供需状况一

、2015-2019年中国户外媒体行业供给分析二、2015-2019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、2015-2019年中国户外媒体行业市场规模分析 第六章 2015-2019年中国户外媒体所属行业主要数据监测分析第一节 2015-2019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 2015-2019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 2015-2019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

2015-2019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 2019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

2019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 2015-2019年中国户外媒体行业上下游分析及其影响第一节 2019年中国户外媒体行业上游发展及影响分析一、2019年中国户外媒体行业上游运行现状分析二、2021-2027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 2019年中国户外媒体行业下游发展及影响分析一、2019年中国户外媒体行业下游运行现状分析二、2021-2027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 2021-2027年户外媒体行业发展及投资前景预测分析第一节  
2021-2027年户外媒体行业市场规模预测分析第二节 2021-2027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 2021-2027年我国户外媒体行业前景展望分析  
第五节 2021-2027年我国户外媒体行业产品价格走势预测第六节 2021-2027年我国户外媒体行业  
盈利能力预测 第十一章 2021-2027年中国户外媒体行业投资风险分析第一节 2015-2019年中国  
户外媒体行业投资金额分析一、2015-2019年中国户外媒体行业内资企业投资金额分析二  
、2015-2019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三节 2021-2027年中国户外媒体行业投资周期分析第四节 2021-2027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 2021-2027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、  
实施重点客户战略的必要性二、合理确立重点客户三、对重点客户的营销策略四、强化重点  
客户的管理五、实施重点客户战略要重点解决的问题第三节 2021-2027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 2021-2027年中国户外媒体  
行业发展建议第五节 2021-2027年中国户外媒体行业投资建议() 图表目录：图表：2015-2019年  
全球经济增长趋势：%图表：2015-2019年中国GDP经济增长趋势：%图表：户外媒体产业链  
结构示意图图表：2019年户外媒体行业专利申请前十申请量统计(单位：个)图表：2019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：2015-2019年中国户外媒体产  
量及其增速走势图图表：2015-2019年中国户外媒体消费量及其增速走势图图表：2015-2019年  
中国户外媒体市场规模及其增速走势图图表：2015-2019年中国户外媒体市场价格走势图图表  
：2021-2027年中国户外媒体产量及消费量预测图表：2021-2027年中国户外媒体市场价格走  
势预测图表：2015-2019年我国户外媒体市场规模分区域统计表图表：2015-2019年中国户外媒体  
所属行业企业数量增长趋势图图表：2015-2019年中国户外媒体所属行业资产规模增长分析图  
表：2015-2019年中国户外媒体所属行业销售规模增长分析图表：2015-2019年中国户外媒体所  
属行业利润规模增长分析图表：2015-2019年中国户外媒体所属行业产成品增长分析图表  
：2015-2019年中国户外媒体所属行业总产值分析图表：2015-2019年中国户外媒体所属行业成  
本费用结构变动趋势图表：2015-2019年中国户外媒体所属行业销售成本分析图表：2015-2019  
年中国户外媒体所属行业销售费用分析图表：2015-2019年中国户外媒体所属行业管理费用分

析图表：2015-2019年中国户外媒体所属行业财务费用分析图表：2015-2019年中国户外媒体所属行业资产收益率分析图表：2015-2019年中国户外媒体所属行业销售利润率分析图表  
：2015-2019年中国户外媒体所属行业总资产周转率分析图表：2015-2019年中国户外媒体所属行业流动资产周转率分析图表：2015-2019年中国户外媒体所属行业销售增长率分析图表  
：2015-2019年中国户外媒体所属行业利润增长率分析图表：2015-2019年中国户外媒体所属行业资产负债率分析图表：2015-2019年中国户外媒体所属行业流动比率分析更多图表请见正文&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R03/R0305/202104/30-403469.html>