

中国户外广告行业发展分析及市场规模预测报告2021

产品名称	中国户外广告行业发展分析及市场规模预测报告2021
公司名称	北京中研华泰信息技术研究院
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	北京市朝阳区北苑东路19号中国铁建大厦
联系电话	010-56231698 18766830652

产品详情

中国户外广告行业发展分析及市场规模预测报告2021-2027年*****【报告编号】 331984【出版日期】 2021年12月【出版机构】 中研华泰研究院【交付方式】 EMIL电子版或特快专递【报告价格】 纸质版:6500元 电子版:6800元 纸质版+电子版:7000元【联系人员】 刘亚 免费售后服务一年，具体内容及订购流程欢迎咨询客服人员

章户外广告相关概述1.1广告简介1.1.1广告的概念1.1.2广告的特点1.1.3广告的分类1.1.4广告的定位1.2户外广告的定义及优势1.2.1户外广告的概念1.2.2户外广告的属性1.2.3户外广告的优势1.2.4户外广告的作用1.2.5户外广告发展历程1.3户外广告类型分析1.3.1按地点分1.3.2按道路分1.3.3按建筑物分1.3.4其他单一媒体

第二章2019-2021年广告行业总体发展分析2.1全球广告行业发展规模2.1.1全球广告市场形势2.1.2全球广告支出情况2.1.3全球广告支出份额2.1.4全球数字广告分析2.1.5全球广告市场展望2.2中国广告行业发展综述2.2.1行业发展历程2.2.2行业监督环境2.2.3新税制的出台2.2.4行业产业链分析2.2.5数字化转型路径2.3中国广告市场运行分析2.3.1市场发展形势2.3.2广告市场规模2.3.3企业运营状况2.3.4从业人员总数2.4中国互联网广告发展情况2.4.1互联网广告市场规模2.4.2互联网广告渠道占比2.4.3互联网广告市场份额2.4.4其他互联网广告规模2.4.5互联网广告费用分布2.4.6互联网广告发展预测2.5广告行业存在的问题及对策建议2.5.1广告行业发展挑战2.5.2广告传播中存在的问题2.5.3互联网广告业应用问题2.5.4互联网广告业应用建议2.5.5广告行业负面效应对策

第三章2019-2021年全球户外广告行业分析3.1世界户外广告行业概况3.1.1全球户外广告发展现状3.1.2全球户外广告发展特征3.1.3全球户外广告设计要点3.1.4全球户外广告相关技术3.1.5全球户外广告创意案例3.2部分国家户外广告的发展分析3.2.1欧洲3.2.2北美3.2.3英国3.2.4德国3.2.5日本

第四章2019-2021年中国户外广告业发展分析4.1户外广告行业发展综述4.1.1行业发展形势4.1.2市场发展规模4.1.3企业运营情况4.1.4线下场景价值4.1.5数字化的转型4.1.6行业变化分析4.1.7未来发展逻辑4.2户外广告消费者关注度分析4.2.1媒介广告关注情况4.2.2广告的购买转化率4.2.3消费者关注度概况4.3新媒体时代户外广告价值分析4.3.1移动互联与新媒体背景4.3.2新媒体对户外广告的影响4.3.3新媒体时代户外广告价值4.3.4提升户外广告价值的策略4.4个性化户外广告设计的应用分析4.4.1个性化户外广告的城市应用4.4.2户外广告设计的个性化实践4.4.3个性化户外广告在城市中的意义4.5户外广告区域发展状况4.5.1城市分析4.5.2北京市4.5.3上海市4.5.4重庆市4.5.5潍坊市4.5.6苏州市4.5.7福建省4.5.8广东省4.6户外广告行业财务状况分析4.6.1上市公司规模4.6.2上市公司分布4.6.3经营状况分析4.6.4盈利能力分析4.6.5营运能力分析4.6.6成长能力分析4.6.7现金流量分析4.7户外广告行业发展的的问题与对策4.7.1行业城市发展存在的问题4.7.2行业城市发展的对策4.7.3行业的创意思维对策4.7.4行业传播创新的策略4.7.5行业未来发展的建议4.7.6行业升级的发展策略

第五章2019-2021年中国户外广告受众及投放分析5.1户外广告投放的相关分析5.1.1户外广告的投放优势5.1.2户外广

告的投放方式5.1.3户外广告的投放选择5.1.4户外广告投放的重要性5.1.5户外广告投放转化率因素5.2户外广告的受众分析5.2.1户外媒体新受众分析5.2.2户外媒体内容的情感化5.2.3户外广告粉丝受众分析5.2.4户外广告受众隐私权分析5.2.5受众导向机制构建的必要性5.2.6受众导向机制的构建路径5.3各行业户外广告投放状况分析5.3.1各行业的户外广告投放状况5.3.2食品行业户外广告投放情况5.3.3饮料行业户外广告投放情况5.3.4在线教育户外广告投放情况5.3.5美妆行业户外广告投放情况5.3.6互联网企业户外广告投放情况5.4户外广告相关投放策略5.4.1户外广告投放的选择策略5.4.2户外广告节假日投放策略5.4.3户外广告投放的品牌策略5.4.4品牌不同周期的投放对策第六章2019-2021年中国户外广告的主要形式6.1地铁广告6.1.1地铁广告的传播方式6.1.2地铁广告的创意表现6.1.3地铁广告互动媒体技术6.1.4地铁广告场景化营销模式6.1.5地铁广告运营发展问题6.1.6地铁广告运营优化措施6.1.7地铁广告招商风险措施6.1.8地铁广告的创意化策略6.2电梯广告6.2.1电梯广告媒体发展历程6.2.2电梯广告媒体发展现状6.2.3电梯广告媒体的优缺点6.2.4电梯广告美学提升分析6.2.5电梯广告安全问题分析6.2.6电梯广告未来发展趋势6.3数字标牌广告6.3.1户外数字标牌发展情况6.3.2户外大型数字标牌现状6.3.3LED户外小屏需求分析6.3.4LED户外显示大屏现状6.3.5户外LED大屏新兴趋势6.4影院广告6.4.1影院广告优势分析6.4.2影院广告产品特点6.4.3影院广告市场规模6.4.4影院广告的关注度6.4.5影院广告投放策略6.4.6企业影院广告策略6.4.7影院广告相关性分析6.5高铁广告6.5.1高铁广告的优势6.5.2新媒体技术应用6.5.3高铁广告的媒体形式6.5.4高铁广告媒体融合发展6.5.5高铁广告媒介的独特功能6.5.6高铁广告场景营销局限性6.6其他户外广告形式6.6.1车载广告6.6.2快递柜广告位6.6.3社区灯箱广告6.6.4公交候车亭广告6.6.5人行通道广告门第七章2018-2021年户外广告行业重点企业分析7.1分众传媒信息技术股份有限公司7.1.1企业发展概况7.1.2经营效益分析7.1.3业务经营分析7.1.4财务状况分析7.1.5核心竞争力分析7.1.6未来前景展望7.2成都博瑞传播股份有限公司7.2.1企业发展概况7.2.2经营效益分析7.2.3业务经营分析7.2.4财务状况分析7.2.5核心竞争力分析7.2.6公司发展战略7.2.7未来前景展望7.3北京巴士传媒股份有限公司7.3.1企业发展概况7.3.2经营效益分析7.3.3业务经营分析7.3.4财务状况分析7.3.5核心竞争力分析7.3.6公司发展战略7.3.7未来前景展望7.4广东广州日报传媒股份有限公司7.4.1企业发展概况7.4.2经营效益分析7.4.3业务经营分析7.4.4财务状况分析7.4.5核心竞争力分析7.4.6公司发展战略7.4.7未来前景展望7.5雅仕维传媒集团有限公司7.5.1企业发展概况7.5.22019年企业经营状况分析7.5.32020年企业经营状况分析7.5.42021年企业经营状况分析7.6TOM集团有限公司7.6.1企业发展概况7.6.22019年企业经营状况分析7.6.32020年企业经营状况分析7.6.42021年企业经营状况分析7.7白马户外媒体有限公司7.7.1企业发展概况7.7.22019年企业经营状况分析7.7.32020年企业经营状况分析7.7.42021年企业经营状况分析第八章2021-2027年中国户外广告投资与发展趋势分析8.1中国广告行业发展前景及趋势8.1.1广告行业发展前景8.1.2广告行业发展机遇8.1.3广告行业发展趋势8.2中国户外广告行业投融资分析8.2.1户外广告投资机8.2.2户外广告融资情况8.2.3广告企业融资需求8.2.4广告企业融资困境8.2.5广告企业融资对策8.3中国户外广告行业发展趋势8.3.1户外广告市场新方向8.3.2户外广告发展新趋势8.3.35G时代的发展新趋势8.3.4户外广告牌的发展方向8.42021-2027年中国户外广告行业预测分析8.4.12021-2027年中国户外广告行业影响因素分析8.4.22021-2027年中国广告行业市场规模预测8.4.32021-2027年中国户外广告行业投放总额预测附录附录一：《中华人民共和国广告法》（2021年修订版）图表目录图表1广告的特点图表2广告分类图表32019-2022年全球广告支出增长情况图表42019-2022年全球广告支出份额（按媒体类型；%）图表52019-2022年全球广告支出增幅（按媒体类型；%）图表62019-2022年数字领域全球广告支出增长情况图表72022年全球数字广告支出比例预测图表82021年全球广告支出份额排名前五市场（占总广告支出）图表92021年全球广告支出增长率排名前五市场（同比增长）图表10广告行业产业链分析图表112014-2020年中国广告市场规模统计图表122020-2021年广告刊例花费同比增幅图表132014-2020年中国广告行业主要上市企业广告业务营业收入统计图表142013-2019年中国广告经营单位数量分析图表152018-2022年中国互联网广告市场规模图表162018-2022年中国互联网广告市场规模及个渠道占比图表172018-2022年中国互联网典型媒介类型广告市场份额分布图表182019-2020年电商类平台广告收入分别图表192018-2022年社交广告市场规模变化图表202019-2020年视频类媒介广告收入分布图表212020年TOP行业广告投放费用分布图表222020-2021年全球户外广告支出份额及预测图表23宜家家居移动户外广告——床上用品图表242021年英国广告类型市场份额预测图表252019-2021年户外广告投放刊例花费对比图表262021年户外广告媒体企业营收排行榜图表272020年中国消费者各媒介广告关注度情况图表282020年中国消费者各媒介广告购买转换率情况图表292020年中国户外广告媒介消费者关注度概况图表302020年各户外广告媒介日均眼球份额图表31户外广告行业上市公司名单图表322016-2020年户外广告行业上市公司资产规模及结构图表33户外广告行业上市公司上市板分布情况图表34户外广告行业上市公司地域分布情况图表352016-2020年户外广告行业上市公司营业收入及增长率图表362016-2020年户外广告行业上市公司净利润及增长率图表372016-2020年户外广告行业上市公司毛利率与净利率图表382016-2020年户外广告行业上市公司营运能力指标图表392020-2021年户外广告行业上市公司营运能力指标图

表402016-2020年户外广告行业上市公司成长能力指标图表412020-2021年户外广告行业上市公司成长能力指标图表422016-2020年户外广告行业上市公司销售商品收到的现金占比图表432021年传统户外广告花费TOP5行业增幅图表442021年户外广告投放TOP10品牌花费占比情况图表452021年食品行业在电梯LCD广告投放花费情况图表462021年饮料行业在电梯海报广告投放花费情况图表472021年教育行业户外广告投放分布图表482021年在线教育行业户外广告城市投放分布图表492021年在线教育户外广告投放品牌分析图表502021年在线教育在公交灯箱的投放的品牌情况图表512012-2025年全球化妆品市场规模及预测图表522021年电梯LCD广告花费TOP10行业增幅图表532021年电梯LCD广告月度花费TOP10品牌排名图表542021年电梯海报广告花费TOP10行业增幅图表552021年电梯海报广告月度花费TOP10品牌排名图表562020年中国户外大型数字标牌市场应用场景结构图表572016-2025年我国户外大型数字标牌市场规模情况图表58户外LED屏与传统户外牌的对比分析图表59影院广告产品矩阵图表602020年中国影院广告刊例花费增幅图表612021年影院视频广告花费TOP5行业增幅图表622021年影院视频广告月度花费TOP20品牌排名图表632020年影院广告关注度情况图表642019年影院广告营收及毛利率对比图表652020年影院观众厅外主要的活动图表662020年受观众欢迎的广告形式图表672020年易被记住的广告部分图表68映前广告收入与票房回归分析