

2024 VS 2029年户外广告市场发展前景及投资策略研究报告

产品名称	2024 VS 2029年户外广告市场发展前景及投资策略研究报告
公司名称	北京华商纵横信息咨询中心
价格	6000.00/件
规格参数	
公司地址	北京市朝阳区亚运村四方大厦
联系电话	188-11718743 13621060192

产品详情

2024 VS 2029年户外广告市场发展前景及投资策略研究报告

报告目录

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 2021-2023年广告行业总体发展分析2.1 全球广告行业发展分析2.1.1 全球广告市场规模2.1.2 全球广告区域布局2.1.3 全球广告渠道分布2.1.4 全球互联网广告分析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 行业产业链分析2.2.4 新税制的出台2.2.5 营销方式转型2.3 中国广告市场运行分析2.3.1 广告市场规模2.3.2 广告市场结构2.3.3 产业发展指数2.3.4 企业运营状况2.4 中国互联网广告发展分析2.4.1 互联网广告市场规模2.4.2 互联网广告行业分布2.4.3 互联网广告平台分布2.4.4 互联网广告企业布局2.4.5 互联网广告专利申请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 广告行业发展面临的挑战2.5.2 广告传播中存在的问题2.5.3 互联网广告业发展困境2.5.4 互联网广告业发展建议2.5.5 广告行业负面效应对策第三章 2021-2023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 全球户外广告发展特点3.1.2 全球户外广告市场规模3.1.3 全球户外广告设计要点3.1.4 全球户外广告关键技术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 2021-2023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 行业发展热点4.1.2 行业发展形势4.1.3 市场发展规模4.1.4 品类支出格局4.1.5 企业运营情况4.1.6 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发展分析4.3.1 新媒体时代户外广告价值4.3.2 户外新媒体广告相关介绍4.3.3 户外新媒体广告发展现状4.3.4 户外新媒体广告营销困境4.3.5 户外新媒体广告营销建议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 个性化户外广告的城区改造4.4.3 户外广告设计的个性化实践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问题与对策4.7.1 城市投放存在的问题4.7.2 城市投放相关应对策略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 2021-2023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 户外广告投放的关键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 2021-2023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 地铁广告场景化营销模式6.1.3 地铁广告运营发展问题6.1.4 地铁广告运营优化措施6.1.5 地铁广告招商风险控制6.1.6 地铁广告创意发展策略6.1.7 地铁广告创新传播策略6.2 电梯广告6.2.1 电梯广告投放形式分析6.2.2 电梯广告主要特征分析6.2.3 电梯广告发展现状分析6.2.4 电梯广告传播困境分析6.2.5 电梯广告传播策略分析6.2.6 电梯广告营销策略分析6.2.7 电梯广告未来发展趋势6.3 数字标牌广告6.3.1 户外数字标牌发展概况6.3.2 户外数字标牌规模分析6.3.3 LED户外显示大屏现状6.3.4 LED户外小屏需求分析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 影院广告发展形势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 广告公司经营策略6.4.7 影院广告发展展望6.5 高铁广告6.5.1 高铁广告的优势分析6.5.2 高铁广告的媒体形式6.5.3 高铁广告媒体融合发展6.5.4 高铁广告企业经营状况6.5.5 高铁广告场景营销局限性6.5.6 高铁广告场景化营销探索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 2020-2023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 企业发展机遇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 主营业务分析7.3.3 经营效益分析7.3.4 业务经营分析7.3.5 财务状况分析7.3.6 核心竞争力分析7.3.7 公司发展战略7.3.8 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7.5.2 2022年企业经营状况分析7.5.3 2023年企业经营状况分析7.5.4 2023年企业经营状况分析7.6 TOM集团有限公司7.6.1 企业发展概况7.6.2 2022年企业经营状况分析7.6.3 2023年企业经营状况分析7.6.4 2023年企业经营状况分析7.7 上海新文化传媒集团股份有限公司7.7.1 企业发展概况7.7.2 经营效益分析7.7.3 业务经营分析7.7.4 财务状况分析7.7.5 核心竞争力分析7.7.6 公司发展战略7.7.7 未来前景展望第八章 2024-2030年中赢信合对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 广告未来发展趋势8.2 中国户外广告行业投融资分析8.2.1 户外广告投资机遇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8.3.3 5G时代的发展新趋势8.3.4 户外广告牌的发展方向8.4 2024-2030年中国户外广告行业预测分析8.4.1 2024-2030年中国户外广告行业影响因素分析8.4.2 2024-2030年中国广告行业市场规模预测8.4.3 2024-2030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》（2022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3 2019-2024年全球广告行业市场规模及预测
图表4 2022年全球广告支出份额排行前五市场
图表5 2022年按不同渠道划分的广告支出情况及占比
图表6 2015-2023年全球互联网广告市场规模及增速
图表7 2022年互联网广告不同广告类型份额
图表8 2022年全球互联网广告行业市占率
图表9 广告行业产业链分析
图表10 2018-2023年中国广告市场规模统计
图表11 2021-2023年广告刊例花费同比增幅
图表12 2017-2022年中国互联网广告市场规模概况
图表13 2020-2022年主要行业互联网广告收入占比及变化
图表14

2020-2022年各媒体平台互联网广告收入占比情况图表15 2022年头部公司互联网广告收入占比情况图表16
2023年中国申请省（市、自治区）互联网广告专利数量TOP10图表17
2023年全球互联网广告行业专利申请数量TOP10申请人图表18
2019-2024年全球户外广告支出及预测情况图表19 宜家家居移动户外广告——床上用品图表20
2023年各月电影票房图表21 2016-2023年电梯LCD广告花费同比变化图表22
2016-2023年电梯海报广告刊例花费同比变化图表23 2016-2023年影院视频广告花费同比变化图表24
2023年电梯LCD广告花费TOP10行业（大类）花费变化图表25
2023年电梯LCD广告花费TOP50品牌榜单图表26 2023年电梯广告花费TOP50品牌榜单图表27
2023年影院视频广告花费行业（中类）TOP30榜单图表28
2023年中国上市户外媒体企业广告营收TOP10图表29 2021年中国消费者各媒介广告关注度情况图表30
2021年中国消费者各媒介广告购买转换率情况图表31 2021年中国户外广告媒介消费者关注度概况图表32
2021年各户外广告媒介日均眼球份额图表33 户外广告行业上市公司名单图表34
2017-2022年户外广告行业上市公司资产规模及结构图表35 户外广告行业上市公司上市板分布情况图表36
户外广告行业上市公司地域分布情况图表37 2017-2022年户外广告行业上市公司营业收入及增长率图表38
2017-2022年户外广告行业上市公司净利润及增长率图表39
2017-2022年户外广告行业上市公司毛利率与净利率图表40
2017-2022年户外广告行业上市公司营运能力指标图表41
2021-2023年户外广告行业上市公司营运能力指标图表42
2017-2022年户外广告行业上市公司成长能力指标图表43
2021-2023年户外广告行业上市公司成长能力指标图表44
2017-2022年户外广告行业上市公司销售商品收到的现金占比图表45
2023年传统户外广告TOP10行业（大类）花费变化图表46
2023年传统户外广告花费行业（中类）TOP30榜单图表47
2022年食品行业在电梯LCD广告投放花费情况图表48 2022年教育行业户外广告投放分布图表49
2022年在线教育行业户外广告城市投放分布图表50 2022年在线教育户外广告投放品牌分析图表51
2022年在线教育在公交灯箱的投放的品牌情况图表52 2015-2023年中国化妆品行业市场规模及预测图表53
2021年中国户外大型数字标牌市场应用场景结构图表54
2016-2025年我国户外大型数字标牌市场规模情况图表55 户外LED屏与传统户外牌的对比分析图表56
影院广告产品矩阵图表57 2021年影院广告关注度情况图表58 影院广告营收及毛利率对比图表59
2021年影院观众厅外主要的活动图表60 2021年受观众欢迎的广告形式图表61
2021年易被记住的广告部分图表62 映前广告收入与票房回归分析图表63
2016-2025年中国票房收入及映前广告收入图表64
2016-2025年中国影院银屏幕数量及单屏映前广告收入图表65
2016-2025年中国各城级影院票房收入占比情况图表66
2019-2023年分众传媒信息技术股份有限公司总资产及净资产规模图表67
2019-2023年分众传媒信息技术股份有限公司营业收入及增速图表68
2019-2023年分众传媒信息技术股份有限公司净利润及增速图表69
2020-2022年分众传媒信息技术股份有限公司营业收入分行业、产品、地区图表70
2021-2023年分众传媒信息技术股份有限公司营业收入分行业、产品、地区图表71
2019-2023年分众传媒信息技术股份有限公司营业利润及营业利润率图表72
2019-2023年分众传媒信息技术股份有限公司净资产收益率图表73
2019-2023年分众传媒信息技术股份有限公司短期偿债能力指标图表74
2019-2023年分众传媒信息技术股份有限公司资产负债率水平图表75
2019-2023年分众传媒信息技术股份有限公司运营能力指标图表76
2019-2023年成都博瑞传播股份有限公司总资产及净资产规模图表77
2019-2023年成都博瑞传播股份有限公司营业收入及增速图表78
2019-2023年成都博瑞传播股份有限公司净利润及增速图表79
2022年成都博瑞传播股份有限公司主营业务分行业、地区图表80
2021-2023年成都博瑞传播股份有限公司营业收入情况图表81
2019-2023年成都博瑞传播股份有限公司营业利润及营业利润率图表82
2019-2023年成都博瑞传播股份有限公司净资产收益率图表83

2019-2023年成都博瑞传播股份有限公司短期偿债能力指标图表84
2019-2023年成都博瑞传播股份有限公司资产负债率水平图表85
2019-2023年成都博瑞传播股份有限公司运营能力指标图表86
2019-2023年北京巴士传媒股份有限公司总资产及净资产规模图表87
2019-2023年北京巴士传媒股份有限公司营业收入及增速图表88
2019-2023年北京巴士传媒股份有限公司净利润及增速图表89
2022年北京巴士传媒股份有限公司主营业务分行业、产品、地区、销售模式图表90
2021-2023年北京巴士传媒股份有限公司营业收入情况图表91
2019-2023年北京巴士传媒股份有限公司营业利润及营业利润率图表92
2019-2023年北京巴士传媒股份有限公司净资产收益率图表93
2019-2023年北京巴士传媒股份有限公司短期偿债能力指标图表94
2019-2023年北京巴士传媒股份有限公司资产负债率水平图表95
2019-2023年北京巴士传媒股份有限公司运营能力指标图表96
2019-2023年广东广州日报传媒股份有限公司总资产及净资产规模图表97
2019-2023年广东广州日报传媒股份有限公司营业收入及增速图表98
2019-2023年广东广州日报传媒股份有限公司净利润及增速图表99
2020-2022年广东广州日报传媒股份有限公司营业收入分行业、产品、地区、销售模式图表100
2021-2023年广东广州日报传媒股份有限公司营业收入分行业、产品、地区图表101
2019-2023年广东广州日报传媒股份有限公司营业利润及营业利润率图表102
2019-2023年广东广州日报传媒股份有限公司净资产收益率图表103
2019-2023年广东广州日报传媒股份有限公司短期偿债能力指标图表104
2019-2023年广东广州日报传媒股份有限公司资产负债率水平图表105
2019-2023年广东广州日报传媒股份有限公司运营能力指标图表106 2019-2021年雅仕维综合收益表图表107
2019-2021年雅仕维分部资料图表108 2019-2021年雅仕维收入分地区资料图表109
2020-2022年雅仕维综合收益表图表110 2020-2022年雅仕维分部资料图表111
2020-2022年雅仕维收入分地区资料图表112 2021-2023年雅仕维综合收益表图表113
2021-2023年雅仕维分部资料图表114 2019-2021年TOM集团综合收益表图表115
2019-2021年TOM集团分部资料图表116 2019-2021年TOM集团收入分地区资料图表117
2020-2022年TOM集团综合收益表图表118 2020-2022年TOM集团分部资料图表119
2020-2022年TOM集团收入分地区资料图表120 2021-2023年TOM集团综合收益表图表121
2019-2023年上海新文化传媒集团股份有限公司总资产及净资产规模图表122
2019-2023年上海新文化传媒集团股份有限公司营业收入及增速图表123
2019-2023年上海新文化传媒集团股份有限公司净利润及增速图表124
2020-2022年上海新文化传媒集团股份有限公司营业收入分行业、产品、地区、销售模式图表125
2023年上海新文化传媒集团股份有限公司主营业务分产品或服务图表126
2019-2023年上海新文化传媒集团股份有限公司营业利润及营业利润率图表127
2019-2023年上海新文化传媒集团股份有限公司净资产收益率图表128
2019-2023年上海新文化传媒集团股份有限公司短期偿债能力指标图表129
2019-2023年上海新文化传媒集团股份有限公司资产负债率水平图表130
2019-2023年上海新文化传媒集团股份有限公司运营能力指标