

# 2019年中国户外电子屏广告市场分析报告- 市场深度分析与未来商机分析

报告大纲

观研报告网

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

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2019年中国户外电子屏广告市场分析报告-市场深度分析与未来商机分析》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：<http://baogao.chinabaogao.com/guanggaochuanmei/441175441175.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

### 【报告大纲】

#### 第一部分行业发展现状

##### 第一章户外电子屏广告行业发展综述

###### 第一节户外电子屏广告市场定义

###### 一、定义

###### 二、服务模式

###### 三、分类

###### 第二节户外电子屏广告的作用及规划原则

###### 一、户外电子屏广告的作用

###### 二、未来户外广告规划原则

###### 第三节户外电子屏广告是户外广告和电视媒体的结合

###### 一、传统户外广告的视频化

###### 二、电视媒体的户外化

###### 三、户外广告和电视媒体结合

###### 第四节户外电子屏广告专业术语介绍

###### 一、市场规模

###### 二、广告主客户

###### 三、电子屏数量

###### 四、千人成本

###### 五、广告环境及编辑环境

###### 六、到达率及收视率

###### 七、电视媒体

###### 八、其他术语

#### 第二章户外电子屏广告市场媒体发展概述

##### 第一节户外视频媒体广告市场媒体简介

###### 一、户外电子屏种类介绍

###### 二、户外电子屏媒体分类

###### 三、户外视频媒体与传统电视媒体的比较分析

##### 第二节户外LED显示屏概述

###### 一、简介

###### 二、媒体

### 三、注意事项

### 四、户外LED显示屏与室内LED显示屏的区别

#### 第三节户外LCD显示屏概述

##### 一、户外液晶显示屏与普通显示器的区别

##### 二、户外液晶广告机介绍

##### 三、户外LCD广告机与户外LED广告机的区别

#### 第四节户外电子显示屏的市场思考

##### 一、户外广告新媒体的利用特点

##### 二、户外广告新媒体的创新价值

##### 三、户外电子显示屏媒体的市场新思考

#### 第五节电子显示屏的市场供给分析

##### 一、液晶显示屏产量

##### 二、LED产量分析

##### 三、显示器产量

##### 四、彩色电视机产量

## 第三章户外电子屏广告行业市场环境及影响分析（PEST）

### 第一节行业政治法律环境（P）

#### 1、中华人民共和国广告法

#### 2、户外广告登记管理规定

#### 3、广播电视广告播出管理办法

#### 4、地方继续治理户外广告市场

### 第二节行业经济环境分析（E）

#### 一、经济发展总体分析

#### 二、广告行业发展分析

### 第三节行业社会环境分析（S）

#### 一、居民出行时间增多使户外媒体的接触时间和频次增多

#### 二、中产阶级将逐步成为社会阶层的主要部分

#### 三、二三线城市渐成广告主新宠

#### 四、居民抗议LED大屏幕光污染

#### 五、广告主会把销售渠道向更多小城市扩展

### 第四节行业技术环境分析（T）

#### 一、互动广告技术和模式的开发

#### 二、数字标牌技术改进丰富广告展示手段

## 第二部分行业市场调研

### 第四章2016-2019年我国户外电子屏广告行业运行现状分析

#### 第一节户外电子屏广告发展现状

##### 一、国外发展现状

##### 二、国内发展现状

#### 第二节户外电子屏广告规模分析

##### 一、户外电子屏广告市场规模

##### 二、户外电子屏广告竞争格局

##### 三、中国户外电子屏广告主规模

##### 四、中国户外电子屏广告各细分市场规模

### 第五章2016-2019年我国户外电子屏广告行业细分市场调研

#### 第一节公交地铁电子屏广告市场

##### 一、公交地铁电子屏广告市场规模

##### 二、公交地铁电子屏广告市场竞争格局

##### 三、公交地铁电子屏广告市场发展趋势

#### 第二节商业楼宇电子屏广告市场

##### 一、商业楼宇电子屏广告市场规模

##### 二、商业楼宇电子屏广告市场竞争格局

##### 三、商业楼宇电子屏广告市场发展趋势

#### 第三节航空终端电子屏广告市场

##### 一、航空终端电子屏广告市场规模

##### 二、航空终端电子屏广告市场竞争格局

##### 三、航空终端电子屏广告市场发展趋势

#### 第四节超大LED电子屏广告市场

##### 一、超大LED电子屏广告市场规模

##### 二、超大LED电子屏广告市场竞争格局

##### 三、超大LED电子屏广告市场发展趋势

### 第六章2016-2019年我国户外电子屏广告市场供需形势

#### 第一节广告主营销趋势调查分析

##### 一、广告主信心仍在低位徘徊

##### 二、营销态度仍略显谨慎

##### 三、平面媒体面临被削减的危险

##### 四、户外新媒体的使用形式集中

五、受众是广告主的决策首选

六、越来越乐意尝试或使用更多元化的媒介

第二节公共交通及商业楼宇建设发展情况

一、公交地铁发展情况

二、机场生产统计情况

1、通航城市和机场

2、主要生产指标

3、旅客吞吐量分布

4、机场货邮吞吐量分布

三、商业楼宇建设情况

第三节户外视频媒体的广告价值解析

第三部分竞争格局分析

第七章2016-2019年户外电子屏广告行业竞争分析

第一节户外电子屏广告行业竞争结构分析

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

六、竞争结构特点总结

第二节户外电子屏广告企业核心竞争力分析

一、资源获取能力

二、技术创新能力

三、创意策划能力

第三节户外电子屏广告企业提升竞争力策略

一、加大投入人力资源的引进和开发

二、实施完备的差异化战略组建方案

三、做好基于SWOT分析的精准定位

1、优势(Strengths)

2、劣势(Weakness)

3、机遇(Opportunity)

4、威胁(Threats)

5、基于SWOT分析的战略

## 第八章户外电子屏广告行业领先企业分析

### 第一节分众传媒控股有限公司

- 一、企业简介
- 二、产品介绍
- 三、经营分析
- 四、企业SWOT分析
- 五、企业发展动态

### 第二节航美传媒集团

- 一、企业简介
- 二、产品介绍
- 三、经营分析
- 四、企业SWOT分析
- 五、企业发展动态

### 第三节华视传媒集团有限公司

- 一、企业简介
- 二、产品介绍
- 三、经营分析
- 四、企业SWOT分析
- 五、企业发展动态

### 第四节世通华纳传媒控股有限公司

- 一、企业简介
- 二、产品介绍
- 三、经营分析
- 四、企业SWOT分析

### 第五节郁金香传媒有限公司

- 一、企业简介
- 二、发展历程
- 三、企业SWOT分析
- 四、企业发展动态

### 第六节CCTV移动传媒有限公司

- 一、企业简介
- 二、企业SWOT分析

### 第七节迪岸传媒集团

- 一、企业简介
- 二、产品介绍

### 三、企业SWOT分析

#### 第八节兆讯传媒广告股份有限公司

##### 一、企业简介

##### 二、成长历程

##### 三、产品介绍

##### 四、企业SWOT分析

#### 第九节凤凰都市传媒有限公司

##### 一、企业简介

##### 二、产品技术

##### 三、企业SWOT分析

##### 四、企业发展动态

#### 第十节北京乾坤鼎程传媒广告有限公司

##### 一、企业简介

##### 二、产品介绍

##### 三、企业SWOT分析

### 第四部分行业前景调研展望

#### 第九章2019-2025年户外电子屏广告行业前景及趋势

##### 第一节广告产业发展"十三五"规划

###### 一、规划背景

###### 二、指导思想、基本原则和规划目标

###### 三、重点任务

###### 四、政策措施

###### 五、加强对规划实施的组织领导

##### 第二节户外电子屏广告发展趋势

###### 一、中国户外广告10大趋势预测

###### 二、LED电子屏广告的新趋势

###### 1、广告内容更新速度快

###### 2、发布信息简单方便

###### 3、广告形式多样

###### 4、节能环保

###### 三、户外电子屏广告投资预测

###### 1、价值链重构，演变融合

###### 2、技术升级整合，引导融合

###### 3、商业模式变化升级，促使融合



#### 4、横向融合与纵向融合

#### 5、完善广告监管体系

### 第三节户外电子屏广告规模预测

#### 一、2019-2025年户外电子屏广告市场规模预测

#### 二、2019-2025年户外电子屏广告细分市场规模

### 第四节户外电子屏广告前景展望

#### 一、户外电子屏广告的价值分析

#### 二、户外电子屏广告的发展之路

#### 三、户外电子屏广告的市场走向

## 第十章2019-2025年户外电子屏广告行业投资价值评估分析

### 第一节2019-2025年户外电子屏广告行业发展的影响因素

#### 一、有利因素

##### 1、文化传媒行业步入黄金时期

##### 2、营销服务行业步入加速成长阶段

##### 3、互联网及移动互联网服务公司的广告大战

##### 4、巨头间的合作催生多赢局面

##### 5、广告主广告预算上升

##### 6、传统户外媒体继续整治

#### 一、不利因素

##### 1、个人便携数码娱乐终端对收视率的影响

##### 2、拥挤嘈杂环境中传播效果受影响

##### 3、通胀使运营成本继续提高

##### 4、厂商核心竞争力需要加强

##### 5、缺乏专业人才

##### 6、管制措施将对市场产生影响

### 第二节2019-2025年户外电子屏广告行业投资机会与风险

#### 一、LED技术革命对户外广告的影响

#### 二、户外视频广告在特大型城市魅力渐失

### 第三节2019-2025年户外电子屏广告行业投资收益分析

## 第十一章2019-2025年户外电子屏广告行业面临的困境及对策

### 第一节户外广告发展存在的问题分析

#### 一、整体意识的缺乏

#### 二、信息的爆炸与污染

三、新旧媒体的"战争"

四、创意的"无为"

五、商业意识的"枷锁"

六、与城市环境的不协调

第二节户外广告与城市形象建设探析

一、户外广告在城市形象建设中的地位和作用

二、城市形象建设中户外广告的发展与利用原则

三、城市形象建设利用户外广告存在的问题与对策

四、总结

第三节户外电子屏广告发展对策分析

一、差异化--精准定位的受众需求原则

二、低成本--借用外力资源共享

三、集中化--单一产品的价值链附加战略

第四节建议

一、创新盈利商业模式

二、推动整改产业链

三、行业未来发展畅想

第五部分投资规划建议研究

第十二章户外电子屏广告行业投资规划建议研究

第一节户外电子屏广告企业的营销策略

一、品牌营销

二、受众营销

三、关系营销

四、生态营销

第二节户外电子屏广告企业投资前景规划

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第三节户外电子屏广告的四大蓝海战略

一、剔除竞争攀比、四两拨回千斤

- 二、减少受制因素、规避潜在风险
- 三、增加差异服务、直击市场盲点
- 四、创造客户价值、激发粉丝效应

## 第十三章户外电子屏广告企业投融资及IPO上市策略指导

### 第一节户外电子屏广告企业融资渠道与选择分析

- 一、户外电子屏广告企业融资方法与渠道简析
- 二、利用股权融资谋划企业发展机遇
- 三、利用政府杠杆拓展企业融资渠道
- 四、适度债权融资配置自身资本结构
- 五、关注民间资本和外资的投资动向

### 第二节户外电子屏广告企业境内IPO上市目的及条件

- 一、户外电子屏广告企业境内上市主要目的
- 二、户外电子屏广告企业上市需满足的条件
  - 1、企业境内主板IPO主要条件
  - 2、企业境内中小板IPO主要条件
  - 3、企业境内创业板IPO主要条件
- 三、企业改制上市中的关键问题

### 第三节户外电子屏广告企业IPO上市的相关准备

- 一、企业该不该上市
- 二、企业应何时上市
- 三、企业应何地上市
- 四、企业上市前准备
  - 1、企业上市前综合评估
  - 2、企业的内部规范重组
  - 3、选择并配合中介机构
  - 4、应如何选择中介机构

### 第四节户外电子屏广告企业IPO上市的规划实施

- 一、上市费用规划和团队组建
- 二、尽职调查及问题解决方案
- 三、改制重组需关注重点问题
- 四、企业上市辅导及注意事项
- 五、上市申报材料制作及要求
- 六、网上路演推介及询价发行

### 第五节企业IPO上市审核工作流程

- 一、企业IPO上市基本审核流程
- 二、企业IPO上市具体审核环节
- 三、与发行审核流程相关的事项

## 第十四章研究结论及投资建议

### 第一节研究结论

### 第二节投资建议

- 一、对户外电子屏广告运营商的建议
- 二、对广告主的建议
- 三、对广告代理公司的建议

## 部分图表目录

图表：户外电子屏广告服务模式

图表：中国户外电子屏广告市场主要覆盖领域说明

图表：2019年1-4月规模以上制造业液晶显示屏产量完成情况

图表：2019年5-8月规模以上制造业液晶显示屏产量完成情况

图表：2019年9-12月规模以上制造业液晶显示屏产量完成情况

图表：2019年1-4月规模以上制造业LED产量完成情况

图表：2019年5-8月规模以上制造业LED产量完成情况

图表：2019年9-12月规模以上制造业LED产量完成情况

图表详见报告正文 . . . . . (GYYL)

## 【简介】

中国报告网是观研天下集团旗下打造的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2019年中国户外电子屏广告市场分析报告-市场深度分析与未来商机分析》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。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面

了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、阿里巴巴、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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家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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/guanggaochuanmei/441175441175.html>