

中国户外广告市场发展趋势调研与投资前景研究 报告（2022-2029年）

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《中国户外广告市场发展趋势调研与投资前景研究报告（2022-2029年）》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://www.chinabaogao.com/baogao/202203/579700.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

户外广告是在建筑物外表或街道、广场等室外公共场所设立的霓虹灯、广告牌、海报等。户外广告是面向所有的公众，所以比较难以选择具体目标对象，但是户外广告可以在固定的地点长时期地展示企业的形象及品牌，因而对于提高企业和品牌的知名度是很有效的。

我国户外广告行业相关政策

近些年来，为了促进户外广告行业的发展，我国陆续发布了许多政策，如2022年中共中央办公厅、国务院办公厅发布的《乡村建设行动实施方案》全面清理私搭乱建、乱堆乱放，整治残垣断壁，加强农村电力线、通信线、广播电视线“三线”维护梳理工作，整治农村户外广告。

我国户外广告行业相关政策

发布时间

发布部门

政策名称

主要内容

2015年12月

中共中央 国务院

中共中央 国务院关于深入推进城市执法体制改革改进城市管理工作的指导意见

加强建筑物立面管理和色调控制，规范报刊亭、公交候车亭等“城市家具”设置，加强户外广告、门店牌匾设置管理。

2021年7月

商务部办公厅等11部门

城市一刻钟便民生活圈建设指南

以安全、美观为目标，规范户外广告、门店招牌、灯光景观等管理，强化安全、提升品质，推动社区环境更加整洁美观，同时注重因地制宜，突出区域特色，避免“千店一面”。

2021年11月

市场监管总局办公厅

关于开展儿童青少年近视防控产品违法违规商业营销宣传专项整治行动的通知

扎实做好城市主干道、公共交通工具、人口流量较大的公共场所等重点区域户外广告位、广告牌排查工作，从严查处学校、医院周边的儿童青少年近视防控产品虚假违法户外广告。

2021年12月

中共中央办公厅、国务院办公厅

农村人居环境整治提升五年行动方案(2021-2025年)

整治农村户外广告，规范发布内容和设置行为。

2022年1月

国家发改委

关于推动平台经济规范健康持续发展的若干意见
强化平台广告导向监管，对重点领域广告加强监管。

2022年3月

中共中央办公厅、国务院办公厅

关于推进社会信用体系建设高质量发展促进形成新发展格局的意见
依法打击制假售假、违法广告、虚假宣传等行为，加强预付费消费监管，对侵害消费者权益的违法行为依法进行失信联合惩戒；

2022年5月

中共中央办公厅、国务院办公厅

乡村建设行动实施方案

全面清理私搭乱建、乱堆乱放，整治残垣断壁，加强农村电力线、通信线、广播电视线“三线”维护梳理工作，整治农村户外广告。

资料来源：观研天下整理

部分省市户外广告行业相关政策

为了响应国家号召，各省市积极推动户外广告行业的发展，比如河南省发布的《河南省进一步释放消费潜力促进消费持续恢复实施方案》依法简化零售、餐饮企业装修、户外广告设置等事项审批手续，放宽户外促销活动限制，支持在划定区域和固定时段有序开展外摆经营活动，

部分省市户外广告行业相关政策

省份

发布时间

政策名称

主要内容

江苏省

2020年7月

省政府办公厅关于加快促进流通扩大商业消费的实施意见
提升城市户外广告和店招牌设施设计水平，打造符合城市风貌、体现城市文化底蕴的立面环境。

江西省

2022年5月

江西省促进商贸消费提质扩容三年行动方案（2022 - 2024年）

优化和简化对商贸企业装修等事项审批，进一步放宽户外促销、户外广告设置等限制。

四川省

2020年1月

关于推动城市基础设施改造加强城市生态环境建设的指导意见

加强背街小巷和户外广告治理，推进基础设施亲民化、适老化改造和无障碍环境建设，打通城市“断头路”。

河南省

2022年7月

河南省进一步释放消费潜力促进消费持续恢复实施方案

依法简化零售、餐饮企业装修、户外广告设置等事项审批手续，放宽户外促销活动限制，支持在划定区域和固定时段有序开展外摆经营活动，

贵州省

2021年12月

贵州省城市更新行动实施方案

强化城市精细化管理，规范设置各类路标路牌、户外广告设施和招牌、建筑外立面空调外挂机、垃圾箱、路旁座椅等。

云南省

2022年7月

云南省推进乡村建设行动实施方案

全面清理私搭乱建、乱堆乱放，整治残垣断壁，加强农村电力线、通信线、广播电视线“三线”维护梳理工作，持续整治农村户外广告。

2022年8月

关于高质量推进以县城为重要载体的城镇化建设实施方案

清理整治户外广告、门头牌匾，确保做到设置合理、内容健康、规范美观。

资料来源：观研天下整理（XD）

观研报告网发布的《中国户外广告市场发展趋势调研与投资前景研究报告（2022-2029年）

》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，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。

行业报告是业内企业、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、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。

【目录大纲】

第一章 2018-2022年中国户外广告行业发展概述

第一节 户外广告行业发展情况概述

- 一、户外广告行业相关定义
- 二、户外广告行业基本情况介绍
- 三、户外广告行业发展特点分析
- 四、户外广告行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售/服务模式
- 五、户外广告行业需求主体分析

第二节 中国户外广告行业生命周期分析

- 一、户外广告行业生命周期理论概述
- 二、户外广告行业所属的生命周期分析

第三节 户外广告行业经济指标分析

- 一、户外广告行业的赢利性分析
- 二、户外广告行业的经济周期分析
- 三、户外广告行业附加值的提升空间分析

第二章 2018-2022年全球户外广告行业市场发展现状分析

第一节 全球户外广告行业发展历程回顾

第二节 全球户外广告行业市场规模与区域分布情况

第三节 亚洲户外广告行业地区市场分析

一、亚洲户外广告行业市场现状分析

二、亚洲户外广告行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲户外广告行业市场前景分析

第四节 北美户外广告行业地区市场分析

一、北美户外广告行业市场现状分析

二、北美户外广告行业市场规模与市场需求分析

三、北美户外广告行业市场前景分析

第五节 欧洲户外广告行业地区市场分析

一、欧洲户外广告行业市场现状分析

二、欧洲户外广告行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲户外广告行业市场前景分析

第六节 2022-2029年世界户外广告行业分布走势预测

第七节 2022-2029年全球户外广告行业市场规模预测

第三章 中国户外广告行业产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

一、中国GDP增长情况分析

二、工业经济发展形势分析

三、社会固定资产投资分析

四、全社会消费品零售总额

五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

七、对外贸易发展形势分析

第二节 我国宏观经济环境对户外广告行业的影响分析

第三节 中国户外广告行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

三、主要行业标准

第四节 政策环境对户外广告行业的影响分析

第五节 中国户外广告行业产业社会环境分析

第四章 中国户外广告行业运行情况

第一节 中国户外广告行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国户外广告行业市场规模分析

一、影响中国户外广告行业市场规模的因素

二、中国户外广告行业市场规模

三、中国户外广告行业市场规模解析

第三节 中国户外广告行业供应情况分析

一、中国户外广告行业供应规模

二、中国户外广告行业供应特点

第四节 中国户外广告行业需求情况分析

一、中国户外广告行业需求规模

二、中国户外广告行业需求特点

第五节 中国户外广告行业供需平衡分析

第五章 中国户外广告行业产业链和细分市场分析

第一节 中国户外广告行业产业链综述

一、产业链模型原理介绍

二、产业链运行机制

三、户外广告行业产业链图解

第二节 中国户外广告行业产业链环节分析

一、上游产业发展现状

二、上游产业对户外广告行业的影响分析

三、下游产业发展现状

四、下游产业对户外广告行业的影响分析

第三节 我国户外广告行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

第六章 2018-2022年中国户外广告行业市场竞争分析

第一节 中国户外广告行业竞争要素分析

一、产品竞争

二、服务竞争

三、渠道竞争

四、其他竞争

第二节 中国户外广告行业竞争现状分析

一、中国户外广告行业竞争格局分析

二、中国户外广告行业主要品牌分析

第三节 中国户外广告行业集中度分析

一、中国户外广告行业市场集中度影响因素分析

二、中国户外广告行业市场集中度分析

第七章 2018-2022年中国户外广告行业模型分析

第一节 中国户外广告行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、波特五力模型原理

二、供应商议价能力

三、购买者议价能力

四、新进入者威胁

五、替代品威胁

六、同业竞争程度

七、波特五力模型分析结论

第二节 中国户外广告行业SWOT分析

一、SOWT模型概述

二、行业优势分析

三、行业劣势

四、行业机会

五、行业威胁

六、中国户外广告行业SWOT分析结论

第三节 中国户外广告行业竞争环境分析（PEST）

一、PEST模型概述

二、政策因素

三、经济因素

四、社会因素

五、技术因素

六、PEST模型分析结论

第八章 2018-2022年中国户外广告行业需求特点与动态分析

第一节 中国户外广告行业市场动态情况

第二节 中国户外广告行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 户外广告行业成本结构分析

第四节 户外广告行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、其他因素

第五节 中国户外广告行业价格现状分析

第六节 中国户外广告行业平均价格走势预测

一、中国户外广告行业平均价格趋势分析

二、中国户外广告行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国户外广告行业所属行业运行数据监测

第一节 中国户外广告行业所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国户外广告行业所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国户外广告行业所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第十章 2018-2022年中国户外广告行业区域市场现状分析

第一节 中国户外广告行业区域市场规模分析

影响户外广告行业区域市场分布的因素

中国户外广告行业区域市场分布

第二节 中国华东地区户外广告行业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区户外广告行业市场分析

(1) 华东地区户外广告行业市场规模

(2) 华东地区户外广告行业市场现状

(3) 华东地区户外广告行业市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区户外广告行业市场分析

(1) 华中地区户外广告行业市场规模

(2) 华中地区户外广告行业市场现状

(3) 华中地区户外广告行业市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区户外广告行业市场分析

(1) 华南地区户外广告行业市场规模

(2) 华南地区户外广告行业市场现状

(3) 华南地区户外广告行业市场规模预测

第五节 华北地区户外广告行业市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区户外广告行业市场分析

(1) 华北地区户外广告行业市场规模

(2) 华北地区户外广告行业市场现状

(3) 华北地区户外广告行业市场规模预测

第六节 东北地区市场分析

一、东北地区概述

二、东北地区经济环境分析

三、东北地区户外广告行业市场分析

(1) 东北地区户外广告行业市场规模

(2) 东北地区户外广告行业市场现状

(3) 东北地区户外广告行业市场规模预测

第七节 西南地区市场分析

一、西南地区概述

二、西南地区经济环境分析

三、西南地区户外广告行业市场分析

(1) 西南地区户外广告行业市场规模

(2) 西南地区户外广告行业市场现状

(3) 西南地区户外广告行业市场规模预测

第八节 西北地区市场分析

一、西北地区概述

二、西北地区经济环境分析

三、西北地区户外广告行业市场分析

(1) 西北地区户外广告行业市场规模

(2) 西北地区户外广告行业市场现状

(3) 西北地区户外广告行业市场规模预测

第十一章 户外广告行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第四节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第五节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

· · · · ·

第十二章 2022-2029年中国户外广告行业发展前景分析与预测

第一节 中国户外广告行业未来发展前景分析

- 一、户外广告行业国内投资环境分析
- 二、中国户外广告行业市场机会分析
- 三、中国户外广告行业投资增速预测

第二节 中国户外广告行业未来发展趋势预测

第三节 中国户外广告行业规模发展预测

- 一、中国户外广告行业市场规模预测
- 二、中国户外广告行业市场规模增速预测
- 三、中国户外广告行业产值规模预测
- 四、中国户外广告行业产值增速预测
- 五、中国户外广告行业供需情况预测

第四节 中国户外广告行业盈利走势预测

第十三章 2022-2029年中国户外广告行业进入壁垒与投资风险分析

第一节 中国户外广告行业进入壁垒分析

- 一、户外广告行业资金壁垒分析
- 二、户外广告行业技术壁垒分析
- 三、户外广告行业人才壁垒分析
- 四、户外广告行业品牌壁垒分析
- 五、户外广告行业其他壁垒分析

第二节 户外广告行业风险分析

- 一、户外广告行业宏观环境风险

二、户外广告行业技术风险

三、户外广告行业竞争风险

四、户外广告行业其他风险

第三节 中国户外广告行业存在的问题

第四节 中国户外广告行业解决问题的策略分析

第十四章 2022-2029年中国户外广告行业研究结论及投资建议

第一节 观研天下中国户外广告行业研究综述

一、行业投资价值

二、行业风险评估

第二节 中国户外广告行业进入策略分析

一、目标客户群体

二、细分市场选择

三、区域市场的选择

第三节 户外广告行业营销策略分析

一、户外广告行业产品营销

二、户外广告行业定价策略

三、户外广告行业渠道选择策略

第四节 观研天下分析师投资建议

图表详见报告正文

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202203/579700.html>