

2020-2026年中国户外电子 屏广告行业全景调研及市场运营趋势报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2020-2026年中国户外电子屏广告行业全景调研及市场运营趋势报告》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.cction.com/report/201912/146800.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

户外电子屏广告业务以数字化、电子化、网络化的商业终端为主要信息传输系统，以自身所在的细分户外区域内的主要人群为受众，以广告主为主要客户，为广告主营销自身的产品所进行服务活动。按户外终端分布领域进行分类，可以分为 序号 分类 1 商业楼宇电子屏广告 2 公交地铁电子屏广告 3 卖场电子屏广告 4 航空电子屏广告 5 LED 大屏幕广告 6 列车环境电子屏广告 7 校园环境电子屏广告 8 其他渠道电子屏广告等 资料来源：中国户外电子屏广告市场主要覆盖领域说明

2016年我国户外电子屏广告市场规模约131.02亿元，同比2015年的116.5亿元增长了12.5%，近几年我国户外电子屏广告市场规模情况如下图所示： 2006-2016年中国户外电子屏广告市场规模 资料来源：公开资料整理

中企顾问网研究中心发布的《2020-2026年中国户外电子屏广告行业全景调研及市场运营趋势报告》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研究分析。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，具有重要的参考价值！

中企顾问网研究中心是国内权威的市场调查、行业分析，主要服务有市场调查报告，行业分析报告，投资发展报告，市场研究报告,市场分析报告,行业研究报告,行业调查报告,投资咨询报告,投资情报，免费报告,行业咨询,数据等，是中国知名的研究报告提供商。

报告目录：

第一部分 行业发展现状 1

第一章 户外电子屏广告行业发展综述 1

第一节 户外电子屏广告市场定义 1

一、定义 1

二、服务模式 1

三、分类 1

第二节 户外电子屏广告的作用及规划原则 1

一、户外电子屏广告的作用 1

二、未来户外广告规划原则 1

第三节 户外电子屏广告是户外广告和电视媒体的结合 1

一、传统户外广告的视频化 1

二、电视媒体的户外化 1

三户外广告和电视媒体结合 1

第四节 户外电子屏广告专业术语介绍 1

一、市场规模 1

二、广告主客户 1

三、电子屏数量 1

四、千人成本 1

五、广告环境及编辑环境 1

六、到达率及收视率 1

七、电视媒体 1

八、其他术语 1

第二章 户外电子屏广告市场媒体发展概述 1

第一节 户外视频媒体广告市场媒体简介 1

一、户外电子屏种类介绍 1

二、户外电子屏媒体分类 1

三、户外视频媒体与传统电视媒体的比较分析 1

第二节 户外LED显示屏概述 1

一、简介 1

二、媒体 1

三、注意事项 1

四、户外LED显示屏与室内LED显示屏的区别 1

第三节 户外LCD显示屏概述 1

一、户外液晶显示屏与普通显示器的区别 1

二、户外液晶广告机介绍 1

三、户外LCD广告机与户外LED广告机的区别 1

第四节 户外电子显示屏的市场思考 1

一、户外广告新媒体的利用特点 1

二、户外广告新媒体的创新价值 1

三、户外电子显示屏媒体的市场新思考 1

第五节 电子显示屏的市场供给分析 1

一、液晶显示屏产量 1

二、LED产量分析 1

三、显示器产量 1

四、彩色电视机产量 1

第三章 户外电子屏广告行业市场环境及影响分析（PEST） 1

第一节 行业政治法律环境（P） 1

一、中华人民共和国广告法 1

二、户外广告登记管理规定 1

三、广播电视广告播出管理办法 1

四、地方继续治理户外广告市场 1

第二节 行业经济环境分析（E） 1

一、经济发展总体分析 1

二、广告行业发展分析 1

第三节 行业社会环境分析（S） 1

一、居民出行时间增多使户外媒体的接触时间和频次增多 1

二、中产阶层将逐步成为社会阶层的主要部分 1

三、二三线城市渐成广告主新宠 1

四、居民抗议LED大屏幕光污染 1

五、广告主会把销售渠道向更多小城市扩展 1

第四节 行业技术环境分析（T） 1

一、互动广告技术和模式的开发 1

二、数字标牌技术改进丰富广告展示手段 1

第二部分 行业市场调研 1

第四章 2014-2019年我国户外电子屏广告行业运行现状分析 1

第一节 户外电子屏广告发展现状 1

一、国外发展现状 1

二、国内发展现状 1

第二节 户外电子屏广告规模分析 1

一、户外电子屏广告市场规模 1

2016年我国户外电子屏广告市场规模约131.02亿元，同比2015年的116.5亿元增长了12.5%，近几年我国户外电子屏广告市场规模情况如下图所示： 2006-2016年中国户外电子屏广告市场

规模 资料来源：公开资料整理

二、户外电子屏广告竞争格局 1

户外电子屏广告竞争格局 资料来源：公开资料整理

三、中国户外媒体市场规模分析 1

四、中国户外电子屏广告各细分市场规模 1

第五章 2014-2019年我国户外电子屏广告行业细分市场调研 1

第一节 公交地铁电子屏广告市场 1

一、公交地铁电子屏广告市场规模 1

二、公交地铁电子屏广告市场竞争格局 1

三、公交地铁电子屏广告市场发展趋势 1

第二节 商业楼宇电子屏广告市场 1

一、商业楼宇电子屏广告市场规模 1

二、商业楼宇电子屏广告市场竞争格局 1

三、商业楼宇电子屏广告市场发展趋势 1

第三节 航空终端电子屏广告市场 1

一、航空终端电子屏广告市场规模 1

二、航空终端电子屏广告市场竞争格局 1

三、航空终端电子屏广告市场发展趋势 1

第四节 超大LED电子屏广告市场 1

一、超大LED电子屏广告市场规模 1

二、超大LED电子屏广告市场竞争格局 1

三、超大LED电子屏广告市场发展趋势 1

第六章 2014-2019年我国户外电子屏广告市场供需形势 1

第一节 广告主营销趋势调查分析 1

一、广告主信心仍在低位徘徊 1

二、营销态度仍略显谨慎 1

三、平面媒体面临被削减的危险 1

四、户外新媒体的使用形式集中 1

- 五、受众是广告主的决策首选 1
- 六、越来越乐意尝试或使用更多元化的媒介 1
- 第二节 公共交通及商业楼宇建设发展情况 1
 - 一、公交地铁发展情况 1
 - 二、机场生产统计情况 1
 - 1、通航城市和机场 1
 - 2、主要生产指标 1
 - 3、旅客吞吐量分布 1
 - 4、机场货邮吞吐量分布 1
 - 三、商业楼宇建设情况 1
- 第三节 户外视频媒体的广告价值解析 1
- 第三部分 竞争格局分析 1

第七章 2014-2019年户外电子屏广告行业竞争分析 1

- 第一节 户外电子屏广告行业竞争结构分析 1
 - 一、现有企业间竞争 1
 - 二、潜在进入者分析 1
 - 三、替代品威胁分析 1
 - 四、供应商议价能力 1
 - 五、客户议价能力 1
 - 六、竞争结构特点总结 1
- 第二节 户外电子屏广告企业核心竞争力分析 1
 - 一、资源获取能力 1
 - 二、技术创新能力 1
 - 三、创意策划能力 1
- 第三节 户外电子屏广告企业提升竞争力策略 1
 - 一、加大投入人力资源的引进和开发 1
 - 二、实施完备的差异化战略组建方案 1
 - 三、做好基于SWOT分析的精准定位 1
 - 1、优势(Strengths) 1
 - 2、劣势(Weakness) 1
 - 3、机遇(Opportunity) 1

4、威胁(Threats) 1

5、基于SWOT分析的战略 1

第八章 2014-2019年户外电子屏广告行业领先企业分析 1

第一节 分众传媒控股有限公司 1

一、企业简介 1

二、产品介绍 1

三、经营分析 1

四、企业SWOT分析 1

五、企业发展动态 1

第二节 航美传媒集团 1

一、企业简介 1

二、产品介绍 1

三、经营分析 1

四、企业SWOT分析 1

五、企业发展动态 1

第三节 华视传媒集团有限公司 1

一、企业简介 1

二、产品介绍 1

三、经营分析 1

四、企业SWOT分析 1

五、企业发展动态 1

第四节 世通华纳传媒控股有限公司 1

一、企业简介 1

二、产品介绍 1

三、经营分析 1

四、企业SWOT分析 1

第五节 郁金香传媒有限公司 1

一、企业简介 1

二、发展历程 1

三、企业SWOT分析 1

四、企业发展动态 1

第六节 CCTV移动传媒有限公司 1

一、企业简介 1

二、企业SWOT分析 1

第七节 迪岸传媒集团 1

一、企业简介 1

二、产品介绍 1

三、企业SWOT分析 1

第八节 兆讯传媒广告股份有限公司 1

一、企业简介 1

二、成长历程 1

三、产品介绍 1

四、企业SWOT分析 1

第九节 凤凰都市传媒有限公司 1

一、企业简介 1

二、产品技术 1

三、企业SWOT分析 1

四、企业发展动态 1

第十节 北京乾坤鼎程传媒广告有限公司 1

一、企业简介 1

二、产品介绍 1

三、企业SWOT分析 1

第四部分 行业前景调研展望 1

第九章 2020-2026年户外电子屏广告行业前景及趋势 1

第一节 广告产业发展“十三五”规划 1

一、规划背景 1

二、指导思想、基本原则和规划目标 1

三、重点任务 1

四、政策措施 1

五、加强对规划实施的组织领导 1

第二节 户外电子屏广告发展趋势 1

一、中国户外广告10大趋势预测 1

二、LED电子屏广告的新趋势 1

- 1、广告内容更新速度快 1
- 2、发布信息简单方便 1
- 3、广告形式多样 1
- 4、节能环保 1

三、户外电子屏广告投资预测 1

- 1、价值链重构，演变融合 1
- 2、技术升级整合，引导融合 1
- 3、商业模式变化升级，促使融合 1
- 4、横向融合与纵向融合 1
- 5、完善广告监管体系 1

第三节 户外电子屏广告规模预测 1

一、2020-2026年户外电子屏广告市场规模预测 1

二、2020-2026年户外电子屏广告细分市场规模 1

第四节 户外电子屏广告前景展望 1

- 一、户外电子屏广告的价值分析 1
- 二、户外电子屏广告的发展之路 1
- 三、户外电子屏广告的市场走向 1

第十章 2020-2026年户外电子屏广告行业投资价值评估分析 1

第一节 2020-2026年户外电子屏广告行业发展的影响因素 1

一、有利因素 1

- 1、文化传媒行业步入黄金时期 1
- 2、营销服务行业步入加速成长阶段 1
- 3、互联网及移动互联网服务公司的广告大战 1
- 4、巨头间的合作催生多赢局面 1
- 5、广告主广告预算上升 1
- 6、传统户外媒体继续整治 1

一、不利因素 1

- 1、个人便携数码娱乐终端对收视率的影响 1
- 2、拥挤嘈杂环境中传播效果受影响 1
- 3、通胀使运营成本继续提高 1

4、厂商核心竞争力需要加强 1

5、缺乏专业人才 1

6、管制措施将对市场产生影响 1

第二节 2020-2026年户外电子屏广告行业投资机会与风险 1

一、LED技术革命对户外广告的影响 1

二、户外视频广告在特大型城市魅力渐失 1

第三节 2020-2026年户外电子屏广告行业投资收益分析 1

第十一章 2020-2026年户外电子屏广告行业面临的困境及对策 1

第一节 户外广告发展存在的问题分析 1

一、整体意识的缺乏 1

二、信息的爆炸与污染 1

三、新旧媒体的“战争” 1

四、创意的“无为” 1

五、商业意识的“枷锁” 1

六、与城市环境的不协调 1

第二节 户外广告与城市形象建设探析 1

一、户外广告在城市形象建设中的地位和作用 1

二、城市形象建设中户外广告的发展与利用原则 1

三、城市形象建设利用户外广告存在的问题与对策 1

四、总结 1

第三节 户外电子屏广告发展对策分析 1

一、差异化--精准定位的受众需求原则 1

二、低成本--借用外力资源共享 1

三、集中化--单一产品的价值链附加战略 1

第四节 建议 1

一、创新盈利商业模式 1

二、推动整改产业链 1

三、行业未来发展畅想 1

第五部分 投资规划建议研究 1

第十二章 户外电子屏广告行业投资规划建议研究 1

第一节 户外电子屏广告企业的营销策略 1

一、品牌营销 1

二、受众营销 1

三、关系营销 1

四、生态营销 1

第二节 户外电子屏广告企业投资前景规划 1

一、战略综合规划 1

二、技术开发战略 1

三、业务组合战略 1

四、区域战略规划 1

五、产业战略规划 1

六、营销品牌战略 1

七、竞争战略规划 1

第三节 户外电子屏广告的四大蓝海战略 1

一、剔除竞争攀比、四两拨回千斤 1

二、减少受制因素、规避潜在风险 1

三、增加差异服务、直击市场盲点 1

四、创造客户价值、激发粉丝效应 1

第十三章 户外电子屏广告企业投融资及IPO上市策略指导 1

第一节 户外电子屏广告企业融资渠道与选择分析 1

一、户外电子屏广告企业融资方法与渠道简析 1

二、利用股权融资谋划企业发展机遇 1

三、利用政府杠杆拓展企业融资渠道 1

四、适度债权融资配置自身资本结构 1

五、关注民间资本和外资的投资动向 1

第二节 户外电子屏广告企业境内IPO上市目的及条件 1

一、户外电子屏广告企业境内上市主要目的 1

二、户外电子屏广告企业上市需满足的条件 1

1、企业境内主板IPO主要条件 1

2、企业境内中小板IPO主要条件 1

3、企业境内创业板IPO主要条件 1

三、企业改制上市中的关键问题	1
第三节 户外电子屏广告企业IPO上市的相关准备	1
一、企业该不该上市	1
二、企业应何时上市	1
三、企业应何地上市	1
四、企业上市前准备	1
1、企业上市前综合评估	1
2、企业的内部规范重组	1
3、选择并配合中介机构	1
4、应如何选择中介机构	1
第四节 户外电子屏广告企业IPO上市的规划实施	1
一、上市费用规划和团队组建	1
二、尽职调查及问题解决方案	1
三、改制重组需关注重点问题	1
四、企业上市辅导及注意事项	1
五、上市申报材料制作及要求	1
六、网上路演推介及询价发行	1
第五节 企业IPO上市审核工作流程	1
一、企业IPO上市基本审核流程	1
二、企业IPO上市具体审核环节	1
三、与发行审核流程相关的事项	1
第十四章 研究结论及投资建议	1
第一节 研究结论	1
第二节 投资建议	1
一、对户外电子屏广告运营商的建议	1——
二、对广告主的建议	1
三、对广告代理公司的建议	1

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201912/146800.html>