

2021-2027年中国北京市户 外广告行业分析与市场全景评估报告

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

《2021-2027年中国北京市户外广告行业分析与市场全景评估报告》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/202109/240647.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

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。户外广告三大特征

1

场景化，消费者变化

消费者在不同的场景中的状态、心情、关注点各有不同，因而会更偏向于对某些类型的服务和产品拥有更深程度的需求。户外广告特点：广告主可以根据不同场景中消费者特性与产品的匹配度来有选择性地投放广告，与受众生活节奏配合度好。

2

无限延展性，消费者变化

随着时代的变化，消费者的生活习惯时刻都有产生转变的可能，进而，对某些场景的使用和依赖程度也会改变。户外广告特点：户外广告并不受单一场景和形式的局限，可以随着场景需求的变动和场景类型的延展，借助着各种形式的媒介而无限延展。

3

强制性，消费者变化

生活节奏的提升使消费者的移动性增强，在户外停留的时间远长于从前，再加上各类广告展现量过多，消费者对许多渠道广告的主动关注度下滑。户外广告特点：户外广告在场景中的强制展示性增加了对消费者的触达率和影响力；大面积展示形成的巨大视觉冲击，也使其在带给消费者的回忆度上具有优势。中企顾问网发布的《2021-2027年中国北京市户外广告行业分析与市场全景评估报告》共九章。首先介绍了中国北京市户外广告行业市场发展环境、北京市户外广告整体运行态势等，接着分析了中国北京市户外广告行业市场运行的现状，然后介绍了北京市户外广告市场竞争格局。随后，报告对北京市户外广告做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国北京市户外广告行业发展趋势与投资预测。您若想对北京市户外广告产业有个系统的了解或者想投资中国北京市户外广告行业，本报告是您不可或缺的重要工具。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。

报告目录：

第一章户外广告行业发展综述

第一节户外广告行业概述

一、户外广告的定义

二、户外广告的分类

1、按媒体所处位置分类

2、按广告表现性质分类

3、按表现形式不同分类

4、其他形式的分类

三、户外广告的特征

1、形态特征

2、传播特征

四、户外广告发布流程

1、申请户外广告具备的条件

2、申请发布户外广告的程序

五、户外广告行业的地位及作用

1、与城市建设的关系

2、与城市文化形象的关系

3、与城市经济发展的关系

第二节户外广告行业种群分析

一、媒介生态种群概述

二、户外广告行业种群结构分析

三、户外广告行业种群矛盾分析

第二章北京市户外广告所属行业发展分析

第一节中国户外广告行业发展历程分析

一、中国户外广告行业发展历程

1、恢复发展期

2、改革发展期

3、膨胀发展期

4、平稳发展期

5、迅速发展期

二、中国户外广告行业发展现状

由于户外广告的市场和需求不断扩大，使得我国户外广告企业数量不断增长2017年我国户外广告企业数量为36.5万家；2019年将会保持增长的势头，企业数量达到39.2万家。2016-2018年中国户外广告行业企业数量

- 1、行业集中度明显增加
- 2、广告策划达到专业水准
- 3、户外广告更加重视创意
- 4、广告媒体资源争夺激烈

第二节北京市户外广告所属行业市场分析

- 一、户外广告行业市场规模分析
- 二、户外广告投放品牌分析
- 三、户外广告投放行业分析
- 四、户外媒体价格变化分析
- 五、户外广告行业利润分析

第三节北京市户外广告所属行业竞争分析

- 一、户外广告行业竞争现状分析
- 二、户外广告行业竞争格局分析
- 三、户外广告行业潜在威胁分析

第三章北京市广告所属行业整体运行形势透析

第一节北京市广告所属行业运行总况

第二节北京市广告行业发展状况

第三节北京市广告业发展存在的问题分析

第四节北京市广告业发展的对策分析

第五节北京市户外广告行业发展环境分析

一、行业管理规范

- 1、行业监管部门
- 2、行业法规政策
- 3、行业相关标准

二、经济环境分析

- 1、国际宏观经济环境分析
- 2、国内宏观经济环境分析
- 3、宏观环境对本行业影响

三、社会环境分析

1、文化环境分析

2、消费情况分析

3、城市环境分析

四、政策环境分析

第四章2015-2019年北京市户外广告受众及投放情况分析

第一节北京市户外广告的投放原因及特点

第二节北京市户外广告受众分析

第三节2015-2019年北京市影响户外广告投放的要素分析

第五章2015-2019年北京市户外广告主要形式分析

第一节北京市路牌广告

一、路牌广告是最为典型的户外广告形式

二、路牌广告的优势

三、路牌户外广告关注度最高

第二节北京市霓虹灯广告

一、霓虹灯色彩价值及作用

二、霓虹灯广告牌质量状况分析

三、我国霓虹灯广告发展迅速

第三节北京市灯箱广告

一、灯箱广告概念

二、灯箱广告的类型

三、户外灯箱广告的特点和制作技术

四、灯箱广告图的工艺要求

第四节北京市公共交通广告

一、公共交通广告简介

二、车身广告简述

三、外资抢食公交广告市场

四、车体广告亟待规范

五、地铁户外数字广告市场分析

第五节北京市户外电视

- 一、楼宇/户外液晶广告市场状况
- 二、户外电视产业崛起
- 三、户外电视广告经营者营销手段解析
- 四、户外电视广告业面临洗牌

第六节北京市机场户外广告

- 一、机场户外广告的现状
- 二、机场户外广告的特点
- 三、机场户外广告的发展趋势
- 四、机场媒体发展面临挑战和抉择

第七节北京市三面翻广告

- 一、三面翻简介
- 二、三面翻行业竞争状况
- 三、三面翻市场问题

第八节北京市其他户外广告形式

- 一、POP广告简介
- 二、热气球广告的优势
- 三、社区广告直指传播终端

第六章北京市户外广告主要企业分析

第一节北京首都机场广告有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业竞争优势分析
- 四、企业发展战略分析

第二节北京炎黄健康时代传媒广告有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业竞争优势分析
- 四、企业发展战略分析

第三节北京融科传媒科技有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析

三、企业竞争优势分析

四、企业发展战略分析

第四节航美传媒集团

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业竞争优势分析

四、企业发展战略分析

第五节高铁传媒广告有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业竞争优势分析

四、企业发展战略分析

第七章2021-2027年北京市户外广告产业前景展望与趋势预测分析

第一节2021-2027年北京市广告行业发展趋势预测

第二节2021-2027年北京市户外广告发展趋势

第三节2021-2027年北京市户外广告市场盈利预测分析

第八章2021-2027年北京市户外广告投资潜力分析

第一节2021-2027年北京市户外广告投资机遇分析

一、户外媒体投资空间分析

二、户外广告投资前景好

三、户外广告发展机遇

第二节2021-2027年北京市户外广告投资风险分析

一、宏观经济波动风险及控制

二、行业政策风险及控制

三、技术风险及控制

四、经营风险及控制

五、行业政策风险及控制

六、技术风险及控制

第九章北京市户外广告行业发展建议分析

第一节户外广告行业研究结论及建议

第二节户外广告细分行业研究结论及建议

第三节户外广告行业竞争策略总结及建议

图表目录：

图表我国户外广告行业中的主要种类

图表2015-2019年中国国内生产总值同比增长速度

图表2015-2019年中国全部工业增加值及其增速

图表2015-2019年全社会固定资产投资及其增速

图表2015-2019年中国制造业PMI走势图

图表2015-2019年中国非制造业商务活动指数走势图

图表2015-2019年中国城镇居民人均可支配收入

图表2015-2019年农村居民人均纯收入

图表2015-2019年社会消费品零售总额及增速

图表2015-2019年我国户外广告投放额

图表户外广告投放额前二十的企业

图表户外广告各行业投放情况

图表各类型广告公司盈利能力

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202109/240647.html>