2023-2029年中国户外电子屏广告行业发展态势与投资潜力分析报告

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

《2023-2029年中国户外电子屏广告行业发展态势与投资潜力分析报告》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/202210/323482.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。

中企顾问网发布的《2023-2029年中国户外电子屏广告行业发展态势与投资潜力分析报告》共十四章。首先介绍了中国户外电子屏广告行业市场发展环境、户外电子屏广告整体运行态势等，接着分析了中国户外电子屏广告行业市场运行的现状，然后介绍了户外电子屏广告市场竞争格局。随后，报告对户外电子屏广告做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国户外电子屏广告行业发展趋势与投资预测。您若想对户外电子屏广告产业有个系统的了解或者想投资中国户外电子屏广告行业，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、中产阶层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 2017-2022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、中国户外媒体市场规模
四、中国户外电子屏广告各细分市场规模

第五章 2017-2022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 2017-2022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 2017-2022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、产品技术
三、企业SWOT分析
四、企业发展动态
第二节 航美传媒集团

一、企业简介
二、产品技术
三、企业SWOT分析
四、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、产品技术
三、企业SWOT分析
四、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、产品技术
三、企业SWOT分析
四、企业发展动态
第五节 郁金香传媒有限公司
一、企业简介
二、产品技术
三、企业SWOT分析
四、企业发展动态
第六节 CCTV移动传媒有限公司
一、企业简介
二、产品技术
三、企业SWOT分析
四、企业发展动态
第七节 迪岸传媒集团
一、企业简介
二、产品技术
三、企业SWOT分析
四、企业发展动态
第八节 兆讯传媒广告股份有限公司
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、产品技术
三、企业SWOT分析
四、企业发展动态

第四部分 行业前景调研展望
第九章 2023-2029年户外电子屏广告行业前景及趋势
第一节 广告产业发展"十四五"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、2023-2029年户外电子屏广告市场规模预测
二、2023-2029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 2023-2029年户外电子屏广告行业投资价值评估分析
第一节 2023-2029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 2023-2029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 2023-2029年户外电子屏广告行业投资收益分析

第十一章 2023-2029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

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

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

详细请访问：http://www.cction.com/report/202210/323482.html