



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2022-2027年中国户外电子屏广告行业市场深度评估及发展前景预测报告

# 一、调研说明

《2022-2027年中国户外电子屏广告行业市场深度评估及发展前景预测报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/360295.html>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：[sales@icandata.com](mailto:sales@icandata.com)

联系人：刘老师

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、摘要、目录、图表

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。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

## 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 户外电子屏广告行业政治法律环境（P）

#### 一、行业主要政策法规

#### 二、政策环境对行业的影响

### 第二节 行业经济环境分析（E）

#### 一、经济发展现状分析

#### 二、当前经济主要问题

#### 三、未来经济运行与政策展望

#### 四、宏观经济环境对行业的影响分析

### 第三节 行业社会环境分析（S）

#### 一、户外电子屏广告产业社会环境

#### 二、社会环境对行业的影响

### 第四节 行业技术环境分析（T）

#### 一、户外电子屏广告技术分析

二、行业主要技术发展趋势

三、技术环境对行业的影响

第二部分 行业市场调研

第四章 2017-2021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 2017-2021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 2017-2021年我国户外电子屏广告市场供需形势

第一节 广告主营销趋势分析

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 2017-2021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、企业经营状况
- 三、企业竞争力分析
- 四、企业发展战略

## 第二节 航美传媒集团

- 一、企业简介
- 二、企业经营状况
- 三、企业竞争力分析
- 四、企业发展战略

## 第三节 华视传媒集团有限公司

- 一、企业简介
- 二、企业经营状况
- 三、企业竞争力分析
- 四、企业发展战略

## 第四节 世通华纳传媒控股有限公司

- 一、企业简介
- 二、企业经营状况
- 三、企业竞争力分析
- 四、企业发展战略

## 第五节 郁金香传媒有限公司

- 一、企业简介
- 二、企业经营状况
- 三、企业竞争力分析
- 四、企业发展战略

## 第六节 CCTV移动传媒有限公司

- 一、企业简介
- 二、企业经营状况
- 三、企业竞争力分析
- 四、企业发展战略

## 第七节 迪岸传媒集团

- 一、企业简介

二、企业经营状况

三、企业竞争力分析

四、企业发展战略

#### 第八节 兆讯传媒广告股份有限公司

一、企业简介

二、企业经营状况

三、企业竞争力分析

四、企业发展战略

#### 第九节 凤凰都市传媒有限公司

一、企业简介

二、企业经营状况

三、企业竞争力分析

四、企业发展战略

#### 第十节 北京乾坤鼎程传媒广告有限公司

一、企业简介

二、企业经营状况

三、企业竞争力分析

四、企业发展战略

### 第四部分 行业前景调研展望

#### 第九章 2022-2027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

三、户外电子屏广告投资预测

##### 第三节 户外电子屏广告规模预测

一、2022-2027年户外电子屏广告市场规模预测



## 二、2022-2027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 2022-2027年户外电子屏广告行业投资价值评估分析

### 第一节 2022-2027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 2022-2027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 2022-2027年户外电子屏广告行业投资收益分析

## 第十一章 2022-2027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

#### 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

### 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

第四节 户外电子屏广告企业IPO上市的规划实施

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：<https://www.icandata.com/view/360295.html>

### 三、研究方法

1、系统分析方法

2、比较分析方法

3、具体与抽象方法

4、分析与综合方法

- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

## 四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

## 五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（[www.icandata.com](http://www.icandata.com)）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究

## 报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业提供专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

### 研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

### 我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;  
数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;  
服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;  
良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。