

## 2021-2026 年中国户外广告行业商业模式与战略规划研究报告

### 内容概要：

户外广告指在城市道路、公路、铁路两侧、城市轨道交通线路的地面部分、河湖管理范围和广场、建筑物、构筑物上，以灯箱、霓虹灯、电子显示装置、展示牌等为载体形式和在交通工具上设置的商业广告。

现阶段，传统户外广告已经告别了快速增长的时期，户外广告市场即将迎来一个资源整合和格局洗牌的时代。其一，随着城市市容规划的升级需要，越来越多的传统户外广告公司将向新技术领域迈进，实现多元化发展；其二，伴随一线城市户外资源垄断格局日益成型，传统户外广告公司下一波竞争的“战场”将转向二三线城市。

目前，户外广告主要的商业模式涵盖综合资源依托型、机场依托型、地铁依托型、公交依托型、铁路依托型、高铁依托型、出租车依托型、电梯依托型、社区依托型等各类型的商业模式。典型的代表涉及华视传媒、分众传媒、航美传媒、华铁传媒、中铁传媒等。

前海中泰咨询结合了大量一手市场调研数据以及已有的专业数据库、公开数据信息、合作资源渠道等数据信息资源，深入客观地对户外广告行业的基本概况、宏观发展环境、行业市场情况、商业模式分析、典型案例分析、市场发展前景、发展趋势及投资机会等重点内容进行了全面而系统的分析。

本研究报告数据主要依据于国家统计局、国家商务部、国务院发展研究中心信息网、中国及各省市广告协会、广州市户外广告行业协会、中国知网、前海中泰数据库以及国内外重点期刊杂志等渠道的基础信息，数据详实丰富、准确全面。本研究报告为户外广告行业相关企业、策划企业、科研单位、投资企业等准确了解户外广告行业现状和市场动态，把握企业定位和投资机遇提供投资决策参考依据，从而在竞争中赢得先机！

### ■ 基本信息

服务形式：电子版/印刷版

交付方式：Email 或特快专递

中文版价格：RMB 12800

英文版价格：USD 8600

服务热线：400-6630-998

订购专线：0755-32919669

订购邮箱：service@qhztzx.com

公司网址：www.qhztzx.com

出版日期：动态更新

### ■ 核心竞争力

- **数据库资源：**涵盖前海中泰数据库、中外文数据库、政府官方数据、合作伙伴资源共享数据库五大主要板块。
- **咨询经验丰富**
- **专业咨询团队**
- **社会公共资源**
- **服务水平与质量**
- **不断创新与探索**

### ■ 核心业务

产业研究 可行性研究报告

园区规划 商业计划书

产业规划 资金申请报告

上市咨询 企业管理咨询

市场调研 投资价值分析报告

招商策划 项目稳定回报论证

数据分析 投资风险评估报告

# 2021-2026 年中国户外广告行业商业模式与战略规划研究报告

## ■ 报告目录

### 第 1 章 户外广告相关概述

#### 1.1 户外广告概述

- 1.1.1 户外广告概念
- 1.1.2 户外广告属性
- 1.1.3 户外广告优势
- 1.1.4 户外广告美学特征
- 1.1.5 户外广告影响及作用

#### 1.2 户外广告行业的分类

- 1.2.1 按媒体所处位置分类
- 1.2.2 按广告表现性质分类
- 1.2.3 按表现形式不同分类
- 1.2.4 按其他形式的分类

### 第 2 章 中国户外广告行业发展环境分析

#### 2.1 户外广告行业政策环境分析

- 2.1.1 行业法规政策
- 2.1.2 行业相关标准

#### 2.2 户外广告行业经济环境分析

- 2.2.1 中国 GDP 增长情况
- 2.2.2 工业经济发展形势
- 2.2.3 社会固定资产投资情况
- 2.2.4 全社会消费品零售总额
- 2.2.5 中国融资环境分析

#### 2.3 户外广告行业社会环境分析

- 2.2.1 人口结构环境分析
- 2.2.2 居民人均可支配收入
- 2.2.3 居民消费水平情况
- 2.2.4 文化教育环境分析
- 2.2.5 中国城镇化率水平

## 2.4 户外广告行业技术环境分析

- 2.4.1 行业技术水平现状
- 2.4.2 技术发展趋势分析

# 第 3 章 中国户外广告行业市场状况分析

## 3.1 户外广告行业发展概况

- 3.1.1 行业发展阶段
- 3.1.2 行业发展特点分析
- 3.1.3 行业制约因素分析

## 3.2 户外广告行业市场发展分析

- 3.2.1 户外广告行业市场规模
- 3.2.2 户外广告投放行业分析
- 3.2.3 户外广告投放品牌分析

# 第 4 章 户外广告行业受众及投放效果分析

## 4.1 户外广告投放原因分析

## 4.2 户外广告受众分析

- 4.2.1 受众在户外度过时间分析
- 4.2.2 受众对交通工具选择分析
- 4.2.3 受众接触户外媒体的黄金时间分析
- 4.2.4 受众接触户外媒体的黄金地段分析
- 4.2.5 户外广告受众广告接触习惯
- 4.2.6 受众对户外广告的认知情况
- 4.2.7 户外广告受众的偏好分析

## 4.3 户外广告投放效果分析

4.3.1 户外广告投放重点行业分析

4.3.2 户外广告投放效果分析

#### 4.4 影响户外广告投放的要素分析

4.4.1 影响户外广告投放宏观因素

4.4.2 创意是吸引受众的重要因素

4.4.3 广告环境影响户外广告效果

4.4.4 户外广告投放的创新思路

4.4.5 媒体组合能提高可信度

4.4.6 消费热点决定记忆程度

#### 4.5 户外广告投放建议

4.5.1 户外广告投放时间选择

4.5.2 户外广告投放地段选择

4.5.3 户外广告投放媒体类型选择

## 第 5 章 户外广告行业商业模式演变及管理分析

### 5.1 户外广告行业商业模式演变

5.1.1 户外广告 1.0 时代商业特点

5.1.2 户外广告 2.0 时代商业特点

5.1.3 户外广告 5.0 时代商业特点

### 5.2 户外广告行业现存问题分析

### 5.3 户外广告互动体验模式分析

5.5.1 产品融入式互动体验

5.5.2 个性定制式互动体验

5.5.2 活动参与式互动体验

5.5.3 媒体整合式互动体验

### 5.4 城市户外广告管理分析

5.4.1 户外广告管理主要内容

5.4.2 城市户外广告管理问题

5.4.3 城市户外广告管理建议

## 第 6 章 户外广告行业典型商业模式分析

### 6.1 商业模式概念及构成

#### 6.1.1 商业模式概念

#### 6.1.2 商业模式构成分析

### 6.2 成功商业模式特征分析

#### 6.2.1 创新性

#### 6.2.2 盈利性

#### 6.2.3 挖掘客户价值

#### 6.2.4 抗风险能力

#### 6.2.5 可持续发展

#### 6.2.6 整体协调性

### 6.3 户外广告行业主要商业模式类型分析

#### 6.3.1 综合资源依托型商业模式

#### 6.3.2 机场依托型商业模式

#### 6.3.3 地铁依托型商业模式

#### 6.3.4 公交依托型商业模式

#### 6.3.5 铁路依托型商业模式

#### 6.3.6 高铁依托型商业模式

#### 6.3.7 出租车依托型商业模式

#### 6.3.8 电梯依托型商业模式

#### 6.3.9 社区依托型商业模式

#### 6.3.10 校园依托型商业模式

#### 6.3.11 户外 LED 依托型商业模式

## 第 7 章 户外广告行业典型商业模式案例分析

### 7.1 “移动电视运营商”——华视传媒

#### 7.1.1 业务领域情况

#### 7.1.2 客户定位分析

#### 7.1.3 渠道通路情况

- 7.1.4 核心资源情况
- 7.1.5 商业模式分析
- 7.1.6 经营状况分析
- 7.2 “广告媒体分众”——分众传媒**
  - 7.2.1 业务领域情况
  - 7.2.2 客户定位分析
  - 7.2.3 渠道通路情况
  - 7.2.4 核心资源情况
  - 7.2.5 商业模式分析
  - 7.2.6 经营状况分析
- 7.3 “机场依托型”——航美传媒**
  - 7.3.1 业务领域情况
  - 7.3.2 客户定位分析
  - 7.3.3 渠道通路情况
  - 7.3.4 核心资源情况
  - 7.3.5 商业模式分析
  - 7.3.6 经营状况分析
- 7.4 “高尚社区媒体”——大贺传媒**
  - 7.4.1 业务领域情况
  - 7.4.2 客户定位分析
  - 7.4.3 渠道通路情况
  - 7.4.4 核心资源情况
  - 7.4.5 商业模式分析
  - 7.4.6 经营状况分析
- 7.5 “公交候车亭媒体”——白马户外媒体**
  - 7.5.1 业务领域情况
  - 7.5.2 客户定位分析
  - 7.5.3 渠道通路情况

7.5.4 核心资源情况

7.5.5 商业模式分析

7.5.6 经营状况分析

## 7.6 “出租车媒体”——触动传媒

7.7.1 业务领域情况

7.7.2 客户定位分析

7.7.3 渠道通路情况

7.7.4 核心资源情况

7.7.5 商业模式分析

7.7.6 经营状况分析

## 7.7 “高铁媒体运营商”——华铁传媒

7.7.1 业务领域情况

7.7.2 客户定位分析

7.7.3 渠道通路情况

7.7.4 核心资源情况

7.7.5 商业模式分析

7.7.6 经营状况分析

## 7.8 “铁路媒体运营商”——中铁传媒

7.8.1 业务领域情况

7.8.2 客户定位分析

7.8.3 渠道通路情况

7.8.4 核心资源情况

7.8.5 商业模式分析

7.8.6 经营状况分析

## 7.9 “电梯广告传播”——华语传媒

7.9.1 业务领域情况

7.9.2 客户定位分析

7.9.3 渠道通路情况

7.9.4 核心资源情况

7.9.5 商业模式分析

7.9.6 经营状况分析

#### 7.10 “校园广告营销”——迪岸传媒

7.10.1 业务领域情况

7.10.2 客户定位分析

7.10.3 渠道通路情况

7.10.4 核心资源情况

7.10.5 商业模式分析

7.10.6 经营状况分析

#### 7.11 “户外LED大屏依托型”——郁金香传媒

7.11.1 业务领域情况

7.11.2 客户定位分析

7.11.3 渠道通路情况

7.11.4 核心资源情况

7.11.5 商业模式分析

7.11.6 经营状况分析

#### 7.12 “精众营销服务商”——活跃传媒

7.12.1 业务领域情况

7.12.2 客户定位分析

7.12.3 渠道通路情况

7.12.4 核心资源情况

7.12.5 商业模式分析

7.12.6 经营状况分析

## 第8章 户外广告行业商业模式创新策略分析

### 8.1 户外广告行业客户定位创新策略

8.1.1 关注受众心理需求

8.1.2 受众与广告主定位一致



## 8.2 户外广告行业价值主张创新策略

- 8.2.1 户外广告实现与受众的互动
- 8.2.2 户外广告绿色主体更受欢迎
- 8.2.3 户外广告价值以创意为核心
- 8.2.4 户外广告要有强大的冲击力

## 8.3 户外广告行业渠道通路创新策略

- 8.3.1 利用媒介资源与广告主互动
- 8.3.2 广告资源实现自主查询选择

## 8.4 户外广告行业客户关系创新策略

- 8.4.1 企业可建立网络社交平台
- 8.4.2 企业可广泛征集广告创意
- 8.4.3 企业鼓励受众积极参与广告设计

## 8.5 户外广告行业核心资源创新策略

- 8.5.1 户外广告行业核心资源分析
- 8.5.2 户外广告行业核心资源创新
  - (1) 户外资源开发从被动转为主动
  - (2) 移动电视可以自制节目资源
  - (3) 户外广告数据资源有待开发

## 8.6 户外广告行业盈利模式创新策略

- 8.6.1 户外广告发布数据的开发收入
- 8.6.2 户外广告咨询等增值服务收入
- 8.6.3 移动购物平台的应用收入

# 第 9 章 中国户外广告行业投资分析与前景预测

## 9.1 中国户外广告行业投资分析

- 9.1.1 行业进入壁垒分析
- 9.1.2 行业投资现状分析

## 9.2 中国户外广告业发展机遇分析

- 9.2.1 城镇化建设提升市场空间

- 9.2.2 多屏互动资源整合态势
- 9.2.3 大数据应用营销精准化
- 9.2.4 互联网+热潮的影响
- 9.3 中国户外广告行业投资风险分析**
  - 9.3.1 行业政策风险
  - 9.3.2 行业技术风险
  - 9.3.3 行业资源风险
  - 9.3.4 行业其他风险
- 9.4 中国户外广告行业前景预测**
  - 9.4.1 行业发展趋势分析
  - 9.4.2 行业发展前景预测
- 9.5 中国户外广告行业投资建议**
  - 9.5.1 行业投资价值
  - 9.5.2 行业可投资方向
  - 9.5.3 行业投资方式建议

## ■ 图表目录

- 图表 1：中国国内生产总值
- 图表 2：我国财政收入变化趋势
- 图表 3：中国教育经费投入情况
- 图表 4：中国农村居民人均纯收入情况
- 图表 5：中国城镇居民人均可支配收入情况
- 图表 6：中国人口规模变化情况
- 图表 7：我国人口年龄结构情况
- 图表 8：中国人口出生率
- 图表 9：中国城镇化率水平
- 图表 10：户外广告按表现性质分类

- 图表 11: 户外广告按表现形式分类
- 图表 12: 户外广告按动态性分类
- 图表 13: 户外广告行业相关法规政策
- 图表 14: 户外广告行业相关标准
- 图表 15: 户外广告行业发展阶段
- 图表 16: 户外广告投放按不同市场划分
- 图表 17: 商业模式框架图
- 图表 18: 商业模式的组成部分
- 图表 19: 不同地区户外广告受众偏好分析
- 图表 20: 不同媒体的户外广告受众偏好分析
- ... ..

更多图表详见报告原文或咨询客服。

如需了解报告详细内容, 请直接致电前海中泰咨询客服中心。

全国服务热线: **400-6630-998 0755-32919669**

QQ 在线咨询: **2013746518 3119207588**

电子邮箱: **service@qhztzx.com**

公司网站: **www.qhztzx.com**

大批量采购报告可享受会员特惠, 详情请来电咨询, 我们会竭诚为您服务!

**【版权声明】** 本报告由前海中泰咨询出品, 版权归前海中泰(深圳)研究咨询控股有限公司所有, 拥有唯一著作权。前海中泰咨询的咨询产品为有偿提供给购买该产品的客户使用, 并仅限于该客户内部使用。本报告及相关资料未经前海中泰(深圳)研究咨询控股有限公司书面授权许可, 任何网站或媒体不得复制、转载或引用。