

2024-

2030年中国户外广告行业发展分析及投资运营模式研究报告

目录

一、中国户外广告行业概述 .....3

1. 行业发展现状及规模 .....3

    近年市场规模增长情况 .....3

    不同细分市场的占比分析.....4

    主要参与者及市场集中度.....6

2. 行业特点与趋势 .....7

    传统媒介转型升级趋势 .....7

    数字化技术应用带来的变革 .....9

    消费者行为变化对户外广告的影响.....10

3. 政策法规环境 .....11

    国家相关政策支持力度及方向.....11

    地域差异性政策解读与分析 .....12

|                                |    |
|--------------------------------|----|
| 行业规范发展与监管要求.....               | 14 |
| 二、竞争格局与主要玩家.....               | 16 |
| 1. 国内外竞争对比分析.....              | 16 |
| 主要国外户外广告巨头的策略与优势 .....         | 16 |
| 中国本土企业的市场地位及发展策略 .....         | 19 |
| 跨国企业与国内企业之间的竞争态势 .....         | 20 |
| 2. 细分市场竞争态势 .....              | 22 |
| 城市、乡镇等不同区域市场的竞争情况.....         | 22 |
| 户外广告平台、创意公司等细分领域的竞争格局.....     | 23 |
| 主要参与者及市场份额分析 .....             | 24 |
| 3. 未来竞争趋势预测 .....              | 26 |
| 技术驱动下行业竞争将更加激烈 .....           | 26 |
| 数据化运营将成为关键竞争优势 .....           | 27 |
| 跨界合作与生态构建将加速发展 .....           | 28 |
| 中国户外广告行业预估数据 (2024-2030) ..... | 29 |
| 三、户外广告投资运营模式研究 .....           | 29 |
| 1. 传统户外广告投资模式 .....            | 29 |
| 线下场地租赁及广告投放模式分析.....           | 29 |
| 广告代理公司经营模式及收益分享机制.....         | 31 |
| 传统广告投放成本结构及效益评估指标.....         | 33 |
| 2. 数字化户外广告投资模式.....            | 35 |

智能化设备、数据平台等新型技术应用.....35

精细化用户画像打造及精准广告投放策略 .....38

互动式广告形式与消费者体验创新.....39

3. 投资运营模式的风险控制与规避 .....41

    市场波动、政策调整等外部环境风险评估 .....41

    数据安全、信息泄露等技术安全风险控制 .....42

    合规经营及品牌声誉维护策略设计.....44

摘要

2024-2030

年中国户外广告行业将迎来了新的机遇和挑战。受科技进步和消费者行为变化的影响，市场规模持续增长，预计2030年将达到人民币千亿元级别。数据显示，近年来户外广告的数字化转型加速推进，智能投放、精准定位等技术应用不断提升用户互动体验和广告效果，吸引了众多品牌商的投入。未来行业发展方向将围绕大数据、人工智能、5G等科技赋能展开，例如AR/VR技术的融合将创造更加沉浸式的户外广告场景，同时，移动互联网与户外广告的结合也将更加紧密，形成线上线下协同推广的新模式。针对以上趋势，投资者可考虑投资于户外广告数字化转型平台、创新型广告创意公司、智慧城市建设相关企业等领域，通过精准定位、数据分析、科技赋能等方式，推动户外广告行业高质量发展。同时，政府政策引导和市场自律也将为行业健康持续增长提供保障。

| 指标           | 2023年 | 2024年预测 | 2025年预测 | 2026年预测 | 2027年预测 | 2028年预测 |
|--------------|-------|---------|---------|---------|---------|---------|
| 产能<br>(万平方米) | 1,500 | 1,650   | 1,820   | 2,000   | 2,180   | 2,370   |
| 产量<br>(万平方米) | 1,400 | 1,560   | 1,730   | 1,910   | 2,090   | 2,280   |
| 产能利          | 93.   | 94.5    | 95.1    | 95.5    | 96.8    | 96.2    |

|               |       |       |       |       |       |       |
|---------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 用率 (%)        | 3     |       |       |       |       |       |
| 需求量<br>(万平方米) | 1,400 | 1,560 | 1,730 | 1,910 | 2,090 | 2,280 |
| 占全球<br>比重 (%) | 15.2  | 16.1  | 17.0  | 17.9  | 18.8  | 19.7  |

## 一、中国户外广告行业概述

### 1. 行业发展现状及规模

#### 近年市场规模增长情况

这种持续的增长得益于多个关键因素。中国经济稳步发展为户外广告行业提供了坚实的基石。近年来，我国经济结构不断优化，消费升级趋势明显，城市化进程加快，这些都推动了对品牌宣传和营销投入的增加，包括户外广告在内。随着科技进步和数字技术的融合，户外广告形式更加多样化、互动性更强，能够更好地吸引目标受众，提升传播效果。例如，智能屏幕、augmented reality (AR) 技术、大数据分析等技术的应用，为户外广告带来了新的可能性，使其不再局限于传统的单向信息传递。

展望未来，中国户外广告行业发展仍将保持积极趋势。2023年，受全球经济复苏和国内消费市场强劲增长的影响，中国户外广告行业预计将继续稳步增长。根据相关机构预测，到 2025 年，中国户外广告行业的规模有望突破千亿元，并将在未来的五年内保持高速发展态势。

未来发展的方向主要集中在以下几个方面：

#### 智慧化升级：

利用大数据、人工智能等技术进行精准投放和效果监测，实现户外广告的个性化定制和目标化传播。

### 沉浸式体验:

打造更具互动性和沉浸感的户外广告环境，通过AR、VR等技术增强用户参与度和感官体验。

### 内容多元化:

拓展户外广告的内容形式，结合短视频、直播等新兴媒体平台，打造更丰富多彩的传播内容。

### 场景化融合:

与城市建设、商业地产、公共服务等领域深度融合，将户外广告融入到人们日常生活场景中，形成更加有效的互动和体验。

中国户外广告行业的发展需要持续关注政策导向、市场需求变化以及技术创新趋势。政府层面可以加强对户外广告行业的监管，引导其健康发展；同时鼓励行业内企业加大研发投入，探索更具创新性和吸引力的广告形式，从而推动行业整体升级和高质量发展。

## 不同细分市场的占比分析

1. 城市户外广告：依然占据主导地位，但增长放缓

中国经济发展和城镇化进程推动下，城市户外广告始终占据市场主体地位。根据艾瑞咨询数据，2023年城市户外广告的市场规模约为850亿元人民币，占全国户外广告总市场的65%。其中，大型城市的户外广告需求最为旺盛，如北京、上海、深圳等一线城市，其户外广告收入占比超过40%。未来，随着城镇化进程的持续推进，城市户外广告市场仍将保持稳定增长，但增速预计会逐步放缓。一方面，城市空间资源日益紧张，新的户外广告位建设面临更大挑战；另一方面，数字化的冲击使得人们更加倾向于线上信息获取和消费。

## 2. 交通枢纽广告：数字化转型潜力巨大

交通枢纽广告，包括地铁、公交车身、机场等，一直是户外广告市场的重要组成部分。其独特的地理位置和目标受众特性使其广告效益显著。近年来，随着智慧交通建设的推进以及5G技术的普及，交通枢纽广告开始向数字化的方向转型。例如，一些城市已经开始探索基于AI的智能广告投放系统，通过数据分析精准匹配用户需求，提升广告效果。预计到2030年，交通枢纽广告市场规模将突破150亿元人民币，占全国户外广告总市场的比例将达到10%。

## 3. 环境友好型户外广告：绿色发展趋势

随着人们环保意识的增强以及政府政策的支持，环境友好型户外广告逐渐受到重视。这类广告通常采用可再生材料、节能技术和低碳生产方式，能够最大限度地减少对环境的影响。例如，一些企业已经开始使用太阳能发电为户外广告看板供电，并采用LED显示屏降低能源消耗。未来，环境友好型户外广告市场将迎来爆发式增长，成为行业发展的重要趋势。

## 4. 体验式户外广告：创新突破提升用户互动性

体验式户外广告以互动、沉浸式和趣味性的形式吸引用户，激发消费兴趣。这类广告往往融入AR/VR技术、灯光秀、音效等元素，能够提供更加丰富多彩的视觉和听觉体验。例如，一些品牌已经开始在街头设置互动装置，鼓励用户参与游戏或体验产品，从而提升品牌知名度和用户粘性。随着技术的进步和消费观念的变化，体验式户外广告市场将不断创新，成为未来发展的重要方向。

## 5. 数字化的整合与融合：构建全渠道营销体系

未来，中国户外广告行业将更加注重数字化转型和全渠道营销体系的构建。线上线下资源将实现深度融合，形成更加高效、精准的营销策略。例如，一些企业已经开始利用大数据分析用户行为，并通过移动端的应用推送个性化广告信息；同时，他们也会在户外广告平台上嵌入二维码或NFC标签，引导用户进一步了解品牌信息和产品特点。

总而言之，中国户外广告行业正在经历着深刻的变化。未来发展将更加注重数字化转型、细分市场差异化运营以及体验式营销的创新突破。各个细分市场的占比将在不断变化，而那些能够快速适应市场趋势并进行战略调整的企业将会在竞争中占据优势地位。

### 主要参与者及市场集中度

大型媒体集团主导市场，集中度持续提升

目前，中国户外广告市场呈现出头部企业集聚的趋势。大型媒体集团凭借雄厚的资金实力、完善的资源网络以及成熟的运营模式，占据了市场主导地位。数据显示，2023年中国户外广告市场的总收入预计达到约人民币 1,800 亿元，其中头部企业如广外集团、华视传媒、万达影视等占有超过50%的市场份额。这些巨头不仅拥有庞大的户外媒体资源网络，包括路边广告牌、城市公共设施宣传屏、交通运输广告等多种形式，同时还具备强大的品牌效应和客户资源优势。例如，广外集团旗下拥有全国范围内的户外广告网络，覆盖主要城市的繁华街区、商业中心和交通枢纽；万达影视则通过其广泛的商场网络和影院资源，实现了户外广告与线下消费场景的融合，打造多元化的广告生态系统。

### 垂直领域的细分龙头逐步崛起

随着市场需求的多元化发展，一些专注于特定领域或区域的户外广告企业也开始崭露头角。例如，专注于城市地铁广告的企业如轨道交通广告、深圳地铁广告等，凭借其精准的受众定位和独特的传播方式，在各自领域取得了显著成效；而聚焦于汽车行业的户外广告公司则通过与汽车制造商和经销商的深度合作，实现精准投放和品牌推广。这些细分领域的龙头企业不断完善自身的专业能力和服务体系，为客户提供更具针对性的户外广告解决方案。

### 新兴技术赋能行业发展，催生新模式

近年来，人工智能、大数据等新兴技术的应用正在加速中国户外广告行业的数字化转型。例如，基于人工智能的智能广告投放平台能够根据用户画像和实时行为轨迹进行精准广告推送，提高广告效果；而大数据的分析能力则可以帮助企业更深入地了解目标受众的需求和消费习惯，制定更有效的营销策略。同时，AR、VR等虚拟现实技术的应用也为户外广告带来了新的创意空间，例如，AR增强现实技术能够将数字元素与真实场景融合，为消费者提供更具互动性和沉浸感的广告体验。

### 市场集中度预测及未来趋势

根据行业发展趋势和市场数据分析，预计2024-2030年中国户外广告行业市场集中度将进一步提升。大型媒体集团凭借其强大的资源优势 and 品牌影响力，将继续巩固市场地位，并通过跨界合作、新技术应用等方式拓展业务边界；同时，垂直领域的细分龙头企业也将抓住自身专业优势，实现更加精准的市场定位和客户服务。

未来，中国户外广告行业的发展将更加注重科技创新、数据驱动和用户体验。行业参与者需要不断提升自身的数字化能力和技术水平，并积极探索新的商业模式和营销方式，以满足消费者日益多元化的需求。

## **2. 行业特点与趋势**

### **传统媒介转型升级趋势**

数据驱动下的精准投放：近年来，移动互联网技术的发展为户外广告行业注入新活力。数字化的监测和分析平台让广告主能够更精准地把握目标受众群体、了解广告曝光效果，实现更高效的营销策略。根据中国互联网信息中心发布的数据，2023年中国移动互联网用户规模已突破14亿，其中智能手机用户占比超过95%，这为户外广告数字化转型提供了广阔的空间。

户外广告平台开始整合数据资源，通过大数据分析、人工智能等技术手段构建精准投放体系。例如，一些大型户外媒体公司已经实现了线下广告空间和线上数据信息的融合，能够根据用户行为、兴趣爱好等信息进行精准的广告定位和分发。同时，移动端的扫码互动功能也为户外广告带来了新的可能性，用户可以通过扫描二维码获取更多信息、参与互动活动，提升广告效果和用户参与度。

### **沉浸式体验与增强现实：**

在数字化浪潮的推动下，传统的平面广告形式逐渐被更具互动性和沉浸感的体验模式所取代。

户外广告行业开始探索数字化的展示方式，例如AR（增强现实）和VR（虚拟现实）技术应用于户外广告，为用户带来更加生动、直观的视觉感受。

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。  
如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/798143105036007021>