

2018-2024年中国广告机行业 市场运营态势与竞争策略研究报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2018-2024年中国广告机行业市场运营态势与竞争策略研究报告》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.abaogao.com/b/qita/H47750909R.html>

报告价格：印刷版：RMB 8000 电子版：RMB 8000 印刷版+电子版：RMB 8200

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

广告机是新一代的智能设备，通过终端软件控制、网络信息传输和多媒体终端显示构成一个完整的广告播控系统，并通过图片、文字、视频、小插件（天气、汇率等）等多媒体素材进行广告宣传。广告机最初的构想是将广告变被动为主动，所以广告机的互动性使得它具备很多公共服务功能，并以此来吸引顾客主动浏览广告。所以，广告机诞生之初的使命就是改变广告被动传播的模式，通过互动的方式吸引顾客主动浏览广告。而广告机的发展方向也是一直在延续这个使命：智能交互、公共服务、娱乐互动等。

与国际巨头相比，国内广告机的整体规模大，后劲足，但因为起步晚，起点较低，而且力量分散。所以差距还是很明显的。随着技术进步加快和大规模应用市场的形成，对广告机规模化生产能力和产品性能的要求会更高，对广告机企业做大做强、加快产品结构调整提出了迫切的需求。

随着信息网络和传媒技术不断的更新，网络型解决方案成了市场的亮点。其中以数字化、网络化的播放系统取代现有的广告机本地播放方式，这是广告行业发展不可阻挡的趋势。多样化、实时化的发布模式以及智能化、人性化的管理平台，目前广告机行业正向一个全新的发展方向。广告机放演着各式各样的广告，也正孕育着一个巨大的市场。中国由于其固有的地大人多又一次成为该产品的最大潜力市场。

我国传统的广告机没有联网功能，他们主要是通过CF卡来为广告机更换内容。这样，对于连锁的专卖店，他们如果要换广告内容就会很复杂。现在广告机通过联网的方式，通过网络直接从远端对所有需要更换内容的广告机统一更换，方便效率高。采用网络互联除能远端控制外，还能提供分组、定点发送信息等增值功能，比如能针对不同的楼宇定制广告，如生日广告等。随着大屏幕平板显示器价格越来越低，具有多种功能的高性价比数字广告机正日益受到市场的欢迎。

随着数字标牌行业的快速发展。数字广告的地位不断凸显，尤其是作为新型媒体的网络版液晶广告机，更是以其快速增长的态势成为广告宣传的一道亮丽的风景线，应用行业范围极为广泛。诞生仅仅两年多的液晶广告，正在以爆炸式的增长速度冲击着整个传媒广告市场。这一全新的传播模式瞄准写字楼、商厦、银行、超市、酒店、展馆、社区等公共场所及人流密集地带，极大地提高了信息覆盖面。出租车液晶广告机市场是目前一个空白的市场，目前针对出租车市场广告机产品，安装方便简易，只要固定在乘客后座前面隔离网上就可以，使用CF卡储存节目，无需光碟、只需接通电源就可以自动循环播放，备有扬声系统，不用接上汽车音响系统，乘客在乘坐时可观看广告节目，同时司机也可听汽车电台广播的交通信息。

目前我国广告机行业进入一个全新发展时期，随着馆、酒店、写字楼、超市、机场、学校

、医院、高级住宅广告投放量的不断增加，未来几年广告机厂家行业进入高速发展时期。同时，随着液晶显示器技术的不断提高，以及广告机技术的不断更新，给产业带来了新的活力和利润。低端产品的价格走低，为新兴产品腾出了市场空间。

报告目录

第一章 广告机行业相关概述

1.1 广告机行业概况

1.1.1 广告机的定义

1.1.2 广告机的特点

1.1.3 广告机的应用领域

1.2 广告机行业的分类情况

1.2.1 按功能分类

1.2.2 按应用范围分类

1.2.3 按安装方式分类

1.2.4 按显示方式分类

1.3 广告机行业经营模式分析

1.3.1 生产模式

1.3.2 采购模式

1.3.3 销售模式

1.4 广告机行业发展历程分析

第二章 广告机行业市场特点概述

2.1 行业市场概况

2.1.1 行业市场特点

2.1.2 行业市场化程度

2.1.3 行业利润水平及变动趋势

2.2 进入本行业的主要障碍

2.2.1 资金准入障碍

2.2.2 市场准入障碍

2.2.3 技术与人才障碍

2.2.4 其他障碍

2.3 行业的周期性、区域性

2.3.1 行业周期分析

2.3.2 行业的区域性

2.4 行业与上下游行业的关联性

2.4.1 行业产业链模型

2.4.2 上游产业分布

2.4.3 下游产业分布

第三章 2014-2016年中国广告机行业发展环境分析

3.1 广告机行业政治法律环境

3.1.1 行业主管部门分析

3.1.2 行业监管体制分析

3.1.3 行业主要法律法规

3.1.4 行业发展规划

3.2 广告机行业经济环境分析

3.2.1 宏观经济形势分析

3.2.2 宏观经济环境对行业的影响分析

3.3 广告机行业社会环境分析

3.3.1 广告机产业社会环境

3.3.2 社会环境对行业的影响

3.4 广告机行业技术环境分析

3.4.1 广告机技术分析

3.4.2 广告机技术水平

3.4.3 行业主要技术发展趋势

3.4.4 技术环境对行业的影响

第四章 全球广告机行业发展概述

4.1 2014-2016年全球广告机行业发展情况概述

4.1.1 全球广告机行业发展现状

4.1.2 全球广告机行业发展特征

4.1.3 全球广告机行业市场规模

4.2 2014-2016年全球主要地区广告机行业发展状况

4.2.1 欧洲广告机行业发展情况概述

- 4.2.2 美国广告机行业发展情况概述
- 4.2.3 日本广告机行业发展情况概述
- 4.3 2018-2024年全球广告机行业发展前景预测
 - 4.3.1 全球广告机行业市场规模预测
 - 4.3.2 全球广告机行业发展前景分析
 - 4.3.3 全球广告机行业发展趋势分析
- 4.4 全球广告机行业重点厂商分析
 - 4.4.1 建碁股份有限公司 (A Open Inc.)
 - 4.4.2 定谊科技 (DT Research , Inc.)
 - 4.4.3 英特尔公司 (Intel Corporation)

第五章 中国广告机行业发展概述

- 5.1 中国广告机行业发展状况分析
 - 5.1.1 中国广告机行业发展阶段
 - 5.1.2 中国广告机行业发展总体概况
 - 5.1.3 中国广告机行业发展特点分析
 - 1、中国成为国际竞争的主要力量
 - 2、广告行业的竞争趋向两极化
 - 3、数字化技术推动广告业发展
- 5.2 2014-2016年广告机行业发展现状
 - 5.2.1 2014-2016年中国广告机行业市场规模
 - 5.2.2 2014-2016年中国广告机行业发展分析
 - 5.2.3 2014-2016年中国广告机企业发展分析
- 5.3 2018-2024年中国广告机行业面临的困境及对策
 - 5.3.1 中国广告机行业面临的困境及对策
 - 1、中国广告机行业面临困境
 - 2、中国广告机行业对策探讨
 - 5.3.2 国内广告机企业的出路分析

第六章 中国广告机行业市场运行分析

- 6.1 2014-2016年中国广告机行业总体规模分析
 - 6.1.1 企业数量结构分析

- 6.1.2 人员规模状况分析
- 6.1.3 行业资产规模分析
- 6.1.4 行业市场规模分析
- 6.2 2014-2016年中国广告机行业产销情况分析
 - 6.2.1 中国广告机行业工业总产值
 - 6.2.2 中国广告机行业工业销售产值
 - 6.2.3 中国广告机行业产销率
- 6.3 2014-2016年中国广告机行业市场供需分析
 - 6.3.1 中国广告机行业供给分析
 - 6.3.2 中国广告机行业需求分析
 - 6.3.3 中国广告机行业供需平衡
- 6.4 2014-2016年中国广告机行业财务指标总体分析
 - 6.4.1 行业盈利能力分析
 - 6.4.2 行业偿债能力分析
 - 6.4.3 行业营运能力分析
 - 6.4.4 行业发展能力分析

第七章 中国广告机行业产品市场分析

- 7.1 车载广告机市场
 - 7.1.1 市场发展现状概述
 - 7.1.2 行业市场规模分析
 - 7.1.3 行业市场需求分析
 - 7.1.4 产品市场潜力分析
- 7.2 网络广告机市场
 - 7.2.1 市场发展现状概述
 - 7.2.2 行业市场规模分析
 - 7.2.3 行业市场需求分析
 - 7.2.4 产品市场潜力分析
- 7.3 蓝牙广告机市场
 - 7.3.1 市场发展现状概述
 - 7.3.2 行业市场规模分析
 - 7.3.3 行业市场需求分析

7.3.4 产品市场潜力分析

7.4 液晶广告机市场

7.4.1 市场发展现状概述

7.4.2 行业市场规模分析

7.4.3 行业市场需求分析

7.4.4 产品市场潜力分析

第八章 中国广告机行业上、下游产业链分析

8.1 广告机行业产业链概述

8.1.1 产业链的定义

8.1.2 广告机行业产业链

8.1.3 主要环节的增值空间

8.2 广告机行业主要上游产业发展分析

8.2.1 设备制造商发展现状

8.2.2 网络运营商发展现状

8.2.3 服务、内容提供商发展现状

8.3 广告机行业主要下游产业发展分析

8.3.1 户外传媒产业需求分析

8.3.2 电信产业需求分析

8.3.3 金融行业需求分析

8.3.4 下游产业对行业的影响

第九章 中国广告机行业市场竞争格局分析

9.1 中国广告机行业竞争结构分析

9.1.1 行业上游议价能力

9.1.2 行业下游议价能力

9.1.3 行业新进入者威胁

9.1.4 行业替代产品威胁

9.1.5 行业现有企业竞争

9.2 中国广告机行业竞争格局分析

9.2.1 行业区域分布格局

9.2.2 行业企业规模格局

- 9.2.3 行业企业性质格局
- 9.2.4 行业集中度分析
- 9.3 中国广告机行业竞争SWOT分析
 - 9.3.1 行业优势分析
 - 9.3.2 行业劣势分析
 - 9.3.3 行业机会分析
 - 9.3.4 行业威胁分析
- 9.4 中国广告机行业竞争策略
 - 9.4.1 我国广告机市场竞争的优势
 - 9.4.2 广告机行业竞争能力提升途径
 - 9.4.3 提高广告机行业核心竞争力的对策

第十章 中国广告机行业领先企业竞争力分析

- 10.1 深圳市奥拓电子股份有限公司
 - 10.1.1 企业发展基本情况
 - 10.1.2 企业主要产品分析
 - 10.1.3 企业竞争优势分析
 - 10.1.4 企业经营状况分析
 - 10.1.5 企业最新发展动态
 - 10.1.6 企业发展战略分析
- 10.2 北京双旗世纪科技有限公司
 - 10.2.1 企业发展基本情况
 - 10.2.2 企业主要产品分析
 - 10.2.3 企业竞争优势分析
 - 10.2.4 企业经营状况分析
 - 10.2.5 企业最新发展动态
 - 10.2.6 企业发展战略分析
- 10.3 上海仙视电子股份有限公司
 - 10.3.1 企业发展基本情况
 - 10.3.2 企业主要产品分析
 - 10.3.3 企业竞争优势分析
 - 10.3.4 企业经营状况分析

10.3.5 企业最新发展动态

10.3.6 企业发展战略分析

10.4 北京神州视翰科技股份有限公司

10.4.1 企业发展基本情况

10.4.2 企业主要产品分析

10.4.3 企业竞争优势分析

10.4.4 企业经营状况分析

10.4.5 企业最新发展动态

10.4.6 企业发展战略分析

10.5 上海信颐电子科技有限公司

10.5.1 企业发展基本情况

10.5.2 企业主要产品分析

10.5.3 企业竞争优势分析

10.5.4 企业经营状况分析

10.5.5 企业最新发展动态

10.5.6 企业发展战略分析

10.6 深圳市新视窗科技有限公司

10.6.1 企业发展基本情况

10.6.2 企业主要产品分析

10.6.3 企业竞争优势分析

10.6.4 企业经营状况分析

10.6.5 企业最新发展动态

10.6.6 企业发展战略分析

10.7 精伦电子股份有限公司

10.7.1 企业发展基本情况

10.7.2 企业主要产品分析

10.7.3 企业竞争优势分析

10.7.4 企业经营状况分析

10.7.5 企业最新发展动态

10.7.6 企业发展战略分析

10.8 东软集团股份有限公司

10.8.1 企业发展基本情况

- 10.8.2 企业主要产品分析
- 10.8.3 企业竞争优势分析
- 10.8.4 企业经营状况分析
- 10.8.5 企业最新发展动态
- 10.8.6 企业发展战略分析
- 10.9 广州冠众电子科技股份有限公司
- 10.9.1 企业发展基本情况
- 10.9.2 企业主要产品分析
- 10.9.3 企业竞争优势分析
- 10.9.4 企业经营状况分析
- 10.9.5 企业最新发展动态
- 10.9.6 企业发展战略分析
- 10.10 福建三元达通讯股份有限公司
- 10.10.1 企业发展基本情况
- 10.10.2 企业主要产品分析
- 10.10.3 企业竞争优势分析
- 10.10.4 企业经营状况分析
- 10.10.5 企业最新发展动态
- 10.10.6 企业发展战略分析

第十一章 2018-2024年中国广告机行业发展趋势与前景分析

- 11.1 2018-2024年中国广告机市场发展前景
 - 11.1.1 2018-2024年广告机市场发展潜力
 - 11.1.2 2018-2024年广告机市场发展前景展望
 - 11.1.3 2018-2024年广告机细分行业发展前景分析
- 11.2 2018-2024年中国广告机市场发展趋势预测
 - 11.2.1 2018-2024年广告机行业发展趋势
 - 1、针对性的内容且更具个性
 - 2、数据网络无线化
 - 3、交互式功能成发展主流
 - 4、快速的响应能力
 - 5、更小的像素间距

- 11.2.2 2018-2024年广告机市场规模预测
- 11.2.3 2018-2024年广告机行业应用趋势预测
- 11.2.4 2018-2024年细分市场发展趋势预测
- 11.3 2018-2024年中国广告机行业供需预测
 - 11.3.1 2018-2024年中国广告机行业供给预测
 - 11.3.2 2018-2024年中国广告机行业需求预测
 - 11.3.3 2018-2024年中国广告机供需平衡预测
- 11.4 影响企业生产与经营的关键趋势
 - 11.4.1 行业发展有利因素与不利因素
 - 11.4.2 市场整合成长趋势
 - 11.4.3 需求变化趋势及新的商业机遇预测
 - 11.4.4 企业区域市场拓展的趋势
 - 11.4.5 科研开发趋势及替代技术进展
 - 11.4.6 影响企业销售与服务方式的关键趋势

第十二章 2018-2024年中国广告机行业投资前景

- 12.1 广告机行业投融资情况
 - 12.1.1 行业资金渠道分析
 - 12.1.2 固定资产投资分析
 - 12.1.3 兼并重组情况分析
- 12.2 广告机行业投资特性分析
 - 12.2.1 行业进入壁垒分析
 - 12.2.2 行业盈利模式分析
 - 12.2.3 行业盈利因素分析
- 12.3 广告机行业投资机会分析
 - 12.3.1 产业链投资机会
 - 12.3.2 细分市场投资机会
 - 12.3.3 重点区域投资机会
 - 12.3.4 产业发展的空白点分析
- 12.4 广告机行业投资风险分析
 - 12.4.1 行业政策风险
 - 12.4.2 宏观经济风险

12.4.3 市场竞争风险

12.4.4 关联产业风险

12.4.5 技术研发风险

12.4.6 其他投资风险

12.5 广告机行业投资潜力与建议

12.5.1 广告机行业投资潜力分析

12.5.2 广告机行业最新投资动态

12.5.3 广告机行业投资机会与建议

第十三章 2018-2024年中国广告机企业投资战略与客户策略分析

13.1 广告机企业发展战略规划背景意义

13.1.1 企业转型升级的需要

13.1.2 企业做大做强的需要

13.1.3 企业可持续发展需要

13.2 广告机企业战略规划制定依据

13.2.1 国家政策支持

13.2.2 行业发展规律

13.2.3 企业资源与能力

13.2.4 可预期的战略定位

13.3 广告机企业战略规划策略分析

13.3.1 战略综合规划

13.3.2 技术开发战略

13.3.3 区域战略规划

13.3.4 产业战略规划

13.3.5 营销品牌战略

13.3.6 竞争战略规划

13.4 广告机中小企业发展战略研究

13.4.1 中小企业存在主要问题

1、缺乏科学的发展战略

2、缺乏合理的企业制度

3、缺乏现代的企业管理

4、缺乏高素质的专业人才

5、缺乏充足的资金支撑

13.4.2 中小企业发展战略思考

1、实施科学的发展战略

2、建立合理的治理结构

3、实行严明的企业管理

4、培养核心的竞争实力

5、构建合作的企业联盟

第十四章 研究结论及建议

14.1 广告机行业研究结论

14.2 广告机行业投资价值评估

14.3 广告机行业投资建议

14.3.1 行业发展策略建议

14.3.2 行业投资方向建议

14.3.3 行业投资方式建议

图表目录

图表：广告机行业特点

图表：广告机行业生命周期

图表：广告机行业产业链分析

图表：广告机行业SWOT分析

图表：2014-2016年中国GDP增长及增速图

图表：2014-2016年全国工业增加值及增速图

图表：2014-2016年全国固定资产投资图

图表：2014-2016年广告机行业市场规模分析

图表：2018-2024年广告机行业市场规模预测

图表：中国广告机行业盈利能力分析

图表：中国广告机行业运营能力分析

图表：中国广告机行业偿债能力分析

图表：中国广告机行业发展能力分析

图表：中国广告机行业经营效益分析

图表：2014-2016年广告机重要数据指标比较

图表：2014-2016年中国广告机行业销售情况分析

图表：2014-2016年中国广告机行业利润情况分析

图表：2014-2016年中国广告机行业资产情况分析

图表：2014-2016年中国广告机竞争力分析

图表：2018-2024年中国广告机产能预测

图表：2018-2024年中国广告机消费量预测

图表：2018-2024年中国广告机市场价格走势预测

图表：2018-2024年中国广告机发展趋势预测

图表：区域发展战略规划

略……

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/qita/H47750909R.html>