

2011-2015年中国广告机市场全景评估与发展趋势研究报告

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

《2011-2015年中国广告机市场全景评估与发展趋势研究报告》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.cction.com/report/201109/75057.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

凡是能在公共场合或露天通过广告表现形式同时向许多消费者进行诉求，能达到推销商品目的物质都可称为户外广告媒体。户外广告可分为平面和立体两大部类：平面的有路牌广告、招贴广告、壁墙广告、海报、条幅等。立体广告分为霓虹灯、广告柱、广告机、以及广告塔灯箱广告等。在户外广告中，路牌、招贴是最为重要的两种形式，影响甚大。设计制作精美的户外广告带成为一个地区的象征。

随着数字标牌在全球市场的应用扩大，户外媒体广告消费发展突飞猛进。近年来数字标牌在中国市场的增长比较显眼，广州金众等一批数字标牌重点厂商在中国市场的扩展为整个数字标牌行业的发展注入了强大的活力，各种数字标牌产品（高亮楼宇广告机、高清框架广告机、稳压车载广告机、无线wifi网络广告机、蓝牙海报广告机、电子阅报栏、安防液晶监视器、拼接视频墙等等）被广泛应用于政府、金融、通信、连锁店、商超、宾馆饭店、工厂、教育机构、公共事业等。

中国产业信息网发布的《2011-2015年中国广告机市场全景评估与发展趋势研究报告》共十二章。首先介绍了广告机相关概述、中国广告机行业市场运行环境等，接着分析了中国广告机行业市场运行的现状，然后介绍了中国广告机市场竞争格局。随后，报告对中国广告机做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国广告机行业发展趋势与投资预测。您若想对广告机产业有个系统的了解或者想投资广告机行业，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家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。

第一章 广告机相关概述

第一节 广告机的发展历史

第二节 广告机

一、广告机媒体

二、广告机分类

三、显示方式

四、多媒体信息发布系统

第三节 其他液晶终端市场

第四节 广告机应用

第二章 2011年中国广告机行业市场运行环境解析

第一节 2010年中国宏观经济环境分析

- 一、GDP历史变动轨迹分析
- 二、固定资产投资历史变动轨迹分析
- 三、2011年中国宏观经济发展预测分析

第二节 2011年中国广告机市场政策环境分析

- 一、广告机产业质量标准
- 二、相关行业政策

第三节 2011年中国广告机市场社会环境分析

第三章 2011年中国户外广告受众及投放分析

第一节 2011年户外广告的投放原因及特点

- 一、户外广告已成为第三大广告媒体
- 二、户外广告是具有高接受度的广告形式
- 三、户外广告的喜好度存在着地区的差异性
- 四、管理维护是制约户外广告发展的瓶颈
- 五、户外广告仍需要提高规划水平

第二节 2011年中国户外广告受众分析

- 一、受众在户外度过的时间分析
- 二、受众交通工具的选择
- 三、受众接触户外媒体的黄金时间
- 四、受众接触户外媒体的黄金地段
- 五、车身广告是受众接触最多的广告类型

第三节 2011年影响户外广告投放的要素分析

- 一、创意是吸引受众的最重要的要素
- 二、媒体组合能提高户外广告可信度
- 三、消费热点决定消费者记忆程度
- 四、户外广告有很好的传播效果

第四节 体现广告价值的重要指标

- 一、发行量
- 二、阅读率和传阅率
- 三、读者特征
- 四、读者消费形态和生活形态
- 五、读者交叉重叠和千人成本

第五节 户外广告的投放

- 一、确定战略目标
- 二、选择户外媒体的因素
- 三、准确定位目标市场
- 四、确定理想发布数量
- 五、预测发布效果
- 六、监测投放效果

第四章 2011年中国广告机行业市场运行态势剖析

第一节 2011年中国广告机行业发展动态分析

- 一、单机版和网络广告机或将继续共同发展
- 二、广告机打造商业连锁新形象
- 三、广告机成户外多媒体信息化行业新标杆
- 四、网络广告机为广告产业注入新活力

第二节 国内广告机产业与欧美发达国家相比差距分析

第三节 2011年中国广告机市场典型营销案例分析

第五章 2011年中国广告机现有多种媒体播放系统的技术发展及比较

第一节 闭路广告机

- 一、闭路广告机传输介质
- 二、广告机多元化多种媒体播放系统发展趋向

第二节 广告机现有多种媒体播放系统的技术研究

一、采用频道模式发布广告

1、系统的优势：

2、系统劣势：

二、采用频道广播方式

三、其它

1、单机播放

2、VOD服务器 + 机顶盒

3、PC机播放

第六章 2011年中国广告机业内热点产品运营态势分析

第一节 蓝牙广告机

第二节 网络广告机

第三节 液晶广告机

第四节 楼宇液晶广告机

第五节 车载液晶广告机

第六节 框架液晶广告机

第七节 落地液晶广告机

第八节 触摸式液晶广告机

第九节 按钮式液晶广告机

第七章 2011年中国广告机行业市场渠道分析

第一节 商业楼宇

第二节 卖场超市

第三节 航空终端

第四节 医院药店

第五节 户外大型LCD

第六节 公交出租

第七节 学校校园

第八节 列车车站

第九节 其他渠道

一、咖啡厅

二、KTV

三、社区

四、餐厅

五、地铁

第八章 2011年中国广告机市场竞争格局透析

第一节 2011年中国广告机行业竞争竞争总况

一、中国正成为全球广告机产业竞争的主要舞台

二、广告机行业已经进入一轮惨烈竞争的低潮局面

第二节 2011年中国广告机竞争力研究

一、品牌竞争分析

二、价格竞争分析

三、营销方式竞争分析

第三节 2011年中国广告机行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、生产企业的集中分布

第四节 2011年中国广告机行业竞争中存的问题

第五节 2011-2015年中国广告机行业竞争趋势分析

第九章 2011年全球顶尖品牌产品广告机竞争力分析

第一节 索尼

第二节 夏普

第三节 三洋

第十章 2011年中国广告机优势生产企业竞争力及关键性数据分析

第一节 TCL集团股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第二节 康佳集团股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第三节 青岛海尔

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第四节 精伦电子股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第五节 广州森迪光电科技有限公司

一、企业概况

二、产品品牌竞争力分析

第六节 枣庄市洪海广告设备有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第七节 宁波波普朗士数码科技有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第十一章 2011-2015年中国广告机行业发展趋势与前景展望分析

第一节 2011-2015年中国户外广告市场前景预测

一、我国广告市场未来几年发展潜力巨大

二、广告业竞争在规模和专业领域呈现两极分化趋势

三、广告行业越来越重视资本运作

四、数字化技术成为影响广告业发展的重要力量

五、中国户外广告市场发展与新媒体趋势

第二节 2011-2015年中国广告机热点产品前景探析

一、液晶广告机发展新方向

二、车载广告机市场前景预测

三、蓝牙广告机广阔的市场前景

四、三面翻广告机的发展前景

第三节 2011-2015年中国广告机市场需求盈利预测分析

第十二章 2011-2015年中国广告机行业投资可行性分析

第一节 2011年中国广告机投资背景

一、中国广告机现有量分析

二、广告机投入广告收益情况

第二节 中国广告机投资经营模式

一、资源——选点

1、办公楼宇

2、超市卖场

3、高级宾馆酒店

4、医院药店

5、学校网吧

6、银行邮局

7、车站码头

8、其它

二、商机——速度

三、经营——运作

1、以点带面辐射式。先做大客户后做小客户

2、分割式。时间和节目的分割

3、借东风模式。借助城市或农村发展契机

4、“走上层路线”模式。借助政府和上层领导的力量

5、多元经营模式。因时因地制宜，创新经营

6、节目内容和制作

第三节 投资回报分析

1、一级城市

2、二级城市

3、较发达的县市级

第四节 2011-2015年中国广告机行业投资风险预警

一、宏观调控政策风险

二、市场竞争风险

三、技术风险

四、市场运营机制风险

第五节 专家投资建议

图表目录：（部分）

图表：2005-2010年国内生产总值

图表：2005-2010年居民消费价格涨跌幅度

图表：2010年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2005-2010年国家外汇储备

图表：2005-2010年财政收入

图表：2005-2010年全社会固定资产投资

图表：2010年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2010年固定资产投资新增主要生产能力

图表：TCL集团股份有限公司主要经济指标走势图

图表：TCL集团股份有限公司经营收入走势图

图表：TCL集团股份有限公司盈利指标走势图

图表：TCL集团股份有限公司负债情况图

图表：TCL集团股份有限公司负债指标走势图

图表：TCL集团股份有限公司运营能力指标走势图

图表：TCL集团股份有限公司成长能力指标走势图

图表：康佳集团股份有限公司主要经济指标走势图

图表：康佳集团股份有限公司经营收入走势图

图表：康佳集团股份有限公司盈利指标走势图

图表：康佳集团股份有限公司负债情况图

图表：康佳集团股份有限公司负债指标走势图

图表：康佳集团股份有限公司运营能力指标走势图

图表：康佳集团股份有限公司成长能力指标走势图

图表：青岛海尔主要经济指标走势图

图表：青岛海尔经营收入走势图

图表：青岛海尔盈利指标走势图

图表：青岛海尔负债情况图

图表：青岛海尔负债指标走势图

图表：青岛海尔运营能力指标走势图

图表：青岛海尔成长能力指标走势图

图表：精伦电子股份有限公司主要经济指标走势图

图表：精伦电子股份有限公司经营收入走势图
图表：精伦电子股份有限公司盈利指标走势图
图表：精伦电子股份有限公司负债情况图
图表：精伦电子股份有限公司负债指标走势图
图表：精伦电子股份有限公司运营能力指标走势图
图表：精伦电子股份有限公司成长能力指标走势图
图表：枣庄市洪海广告设备有限公司主要经济指标走势图
图表：枣庄市洪海广告设备有限公司经营收入走势图
图表：枣庄市洪海广告设备有限公司盈利指标走势图
图表：枣庄市洪海广告设备有限公司负债情况图
图表：枣庄市洪海广告设备有限公司负债指标走势图
图表：枣庄市洪海广告设备有限公司运营能力指标走势图
图表：枣庄市洪海广告设备有限公司成长能力指标走势图
图表：宁波波普朗士数码科技有限公司主要经济指标走势图
图表：宁波波普朗士数码科技有限公司经营收入走势图
图表：宁波波普朗士数码科技有限公司盈利指标走势图
图表：宁波波普朗士数码科技有限公司负债情况图
图表：宁波波普朗士数码科技有限公司负债指标走势图
图表：宁波波普朗士数码科技有限公司运营能力指标走势图
图表：宁波波普朗士数码科技有限公司成长能力指标走势图

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201109/75057.html>