

2024-2030年中国广告机产业 发展现状与投资战略报告

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

《2024-2030年中国广告机产业发展现状与投资战略报告》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/202404/451363.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

中企顾问网发布的《2024-2030年中国广告机产业发展现状与投资战略报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局市场服务行业的重要决策参考依据。近年来，我国广告机行业发展非常迅速，液晶广告机、液晶拼接视屏墙、液晶监视器等产品皆在公共管理、民生、能源、工业、商业、娱乐等领域得到应用；中国作为全球最大的市场，过去几年行业增长速度均在30%以上，包括交通、酒店等诸多细分领域均得到了全方位的提升。本报告利用资讯长期对广告机行业市场跟踪搜集的一手市场数据，全面而准确地为您从产业的整体高度来架构分析体系。报告主要分析了广告机行业产业链发展情况及发展环境；国外与国内广告机行业发展历程与市场特征；广告机行业的竞争格局、竞争趋势；广告机行业软硬件市场的发展格局、趋势与资源分配情况；广告机行业运营中的内容制作与网络运营服务分析；广告机行业的工艺流程、关键技术与发展趋势分析；广告机市场的软硬件厂商及内容制作与网络运营服务商的经营情况；广告机行业市场需求与容量测算及投资与前景预测；同时，佐之以全行业近年来全面详实的一手连续性市场数据，让您全面、准确地把握整个广告机行业的市场走向和发展趋势。 报告目录：

：第1章：中国广告机行业发展综述 1.1 广告机行业定义及特点 1.1.1 广告机行业的定义 1.1.2 广告机产品分类 1.1.3 广告机客户群体分类 1.1.4 广告机的特点 1.1.5 广告机行业面临的竞争格局 1.2 广告机行业统计标准 1.2.1 广告机行业统计部门 1.2.2 广告机行业标准与协议 1.2.3 广告机行业的研究方法 （1）文献综述法 （2）定量分析法 （3）定性分析法 1.2.4 广告机行业研究范围 第2章：国际广告机行业行业发展现状与前景 2.1 国际广告机行业发展现状 2.1.1 国际广告机行业发展历程 2.1.2 国际广告机市场总体状况 2.1.3 国际广告机市场发展规模 2.2 国内外广告机市场分析 2.2.1 美国广告机市场分析 （1）美国广告机市场现状 （2）美国广告机市场SWOT分析 2.2.2 欧洲广告机市场分析 2.2.3 日本广告机市场分析 2.2.4 巴西广告机市场分析 2.2.5 澳大利亚广告机市场分析 2.2.6 中国台湾广告机市场分析 2.3 国际广告机主要厂商发展分析 2.3.1 国际广告机市场竞争格局 2.3.2 国际广告机主要厂商分析 （1）建碁股份有限公司（AOpen Inc.） （2）定谊科技（DT Research, Inc.） （3）ONELAN公司 （4）英特尔公司（Intel Corporation） （5）美国思科（Cisco） 2.4 国际广告机行业发展前景预测 2.4.1 国际广告机行业发展趋势判断 2.4.2 国际广告机行业发展前景预测 第3章：中国广告机行业市场发展现状分析 3.1 广告机行业环境分析 3.1.1 广告机行业经济环境分析 （1）GDP走势分析 （2）规模以上工业增加值走势分析 （3）国内经济走势分析 （4）宏观经济对行业的影响 3.1.2 广告机行业政策环境分析 3.1.3 广告机行业社会环境分析 3.1.4 广告机行业技术环境分析

(1) 广告机行业专利申请数分析 (2) 广告机行业专利申请人分析 (3) 广告机行业热门专利技术分析 3.2 广告机行业发展概况 3.2.1 广告机行业发展历程分析 3.2.2 广告机行业市场规模分析 3.2.3 广告机行业市场规模前景预测 3.3 广告机行业供需状况分析 3.3.1 广告机行业需求状况分析 (1) 室内广告机需求分析 (2) 户外广告机需求分析 3.3.2 广告机行业供给状况分析 (1) 广告机行业整体出货量不断增加 (2) 广告机市场尺寸结构呈两极分化 第4章：中国广告机行业产业链分析 4.1 广告机行业产业链简介 4.2 广告机产业链上游行业分析 4.2.1 设备制造商 4.2.2 网络运营商 4.2.3 服务、内容提供商 4.3 广告机产业链下游行业分析 4.3.1 广告机行业主要应用需求领域 4.3.2 户外传媒行业广告机需求分析 (1) 户外广告机覆盖领域分析 (2) 医院对广告机的需求分析 (3) 商场超市对广告机的需求分析 (4) 酒店餐饮对广告机的需求分析 (5) 车站机场对广告机的需求分析 (6) 会展中心对广告机的需求分析 4.3.3 电信行业广告机需求分析 (1) 电信行业对广告机的需求现状 (2) 电信行业应用广告机价值分析 (3) 电信行业广告机应用案例解析 4.3.4 金融行业广告机需求分析 (1) 金融行业对广告机的需求现状 (2) 金融行业应用广告机价值分析 (3) 金融行业广告机应用案例解析 (4) 金融行业广告机市场容量测算 4.3.5 高速公路服务区广告机需求分析 (1) 中国高速公路行业发展现状分析 (2) 高速公路服务区对广告机的需求现状 (3) 高速公路服务区应用广告机价值分析 (4) 高速公路服务区广告机应用案例解析 (5) 高速公路服务区广告机市场容量测算 4.3.6 连锁专营行业广告机需求分析 (1) 连锁专营行业对广告机的需求现状 (2) 连锁专营行业应用广告机价值分析 (3) 连锁专营行业广告机应用案例解析 (4) 连锁专营行业广告机市场容量测算 4.3.7 学校广告机需求分析 (1) 学校对广告机的需求现状 (2) 学校应用广告机价值分析 (3) 学校广告机应用案例解析 (4) 学校广告机市场容量测算 4.3.8 政府机关广告机需求分析 (1) 政府机关对广告机的需求现状 (2) 政府机关应用广告机价值分析 (3) 政府机关广告机应用案例解析 (4) 政府机关广告机市场容量测算 第5章：中国广告机行业市场竞争格局分析 5.1 广告机行业竞争格局分析 5.1.1 广告机行业区域分布格局 5.1.2 广告机行业企业规模格局 5.1.3 广告机行业企业性质格局 5.2 广告机行业竞争状况分析 5.2.1 广告机行业上游议价能力 5.2.2 广告机行业下游议价能力 5.2.3 广告机行业新进入者威胁 5.2.4 广告机行业替代产品威胁 5.2.5 广告机行业行业内部竞争 (1) 行业整体竞争格局 (2) 行业五大竞争团体 1) 软件提供商 2) 硬件提供商 3) 系统集成商 4) 网络运营商 5) 内容提供商 5.3 广告机行业投资兼并重组整合分析 5.3.1 投资兼并重组现状 5.3.2 投资兼并重组案例 5.3.3 投资兼并重组趋势 第6章：中国广告机行业标杆企业经营分析 6.1 广告机行业企业总体发展概况 6.2 广告机行业企业经营状况分析 6.2.1 海尔集团经营状况分析 (1) 企业发展简介 (2) 企业核心产品业务 (3) 企业技术研发实力 (4) 企业组织架构分析 (5) 企业经营业绩分析 (6) 企业商业模式分析 (7) 企业经营状况优劣势分析 (8) 企业最新经营

动态分析 6.2.2 海信集团经营状况分析 (1) 企业发展简介 (2) 企业主营业务分析 (3) 企业研发实力分析 (4) 企业经营业绩分析 (5) 企业商业模式分析 (6) 企业经营状况优劣势分析 (7) 企业最新经营动向分析 6.2.3 TCL集团股份有限公司经营状况分析 (1) 企业发展简介 (2) 企业主营业务分析 (3) 企业经营业绩分析 (4) 企业商业模式分析 (5) 企业经营状况优劣势分析 (6) 企业最新经营动向分析 6.2.4 创维集团有限公司经营状况分析 (1) 企业发展简介 (2) 企业主营业务分析 (3) 企业组织架构分析 (4) 企业经营业绩分析 (5) 企业商业模式分析 (6) 企业经营状况优劣势分析 (7) 企业最新经营动向分析 6.2.5 康佳集团经营状况分析 (1) 企业发展简介 (2) 企业主营业务分析 (3) 企业组织架构分析 (4) 企业经营业绩分析 (5) 企业商业模式分析 (6) 企业经营状况优劣势分析 (7) 企业最新经营动向分析 6.2.6 精伦电子股份有限公司经营状况分析 (1) 企业发展简介 (2) 企业主营业务分析 (3) 企业研发能力分析 (4) 企业经营业绩分析 (5) 企业商业模式分析 (6) 企业经营状况优劣势分析 (7) 企业最新经营动向分析 6.2.7 东软集团股份有限公司经营状况分析 (1) 企业发展简介 (2) 企业主营业务分析 (3) 企业研发能力分析 (4) 企业经营业绩分析 (5) 企业商业模式分析 (6) 企业经营状况优劣势分析 (7) 企业最新经营动向分析 6.2.8 深南金科股份有限公司经营状况分析 (1) 企业发展简介 (2) 企业主营业务分析 (3) 企业研发能力分析 (4) 企业组织架构分析 (5) 企业经营业绩分析 (6) 企业商业模式分析 (7) 企业经营状况优劣势分析 (8) 企业最新经营动向分析 6.2.9 广州冠众电子科技股份有限公司经营状况分析 (1) 企业发展简介 (2) 企业产品结构分析 (3) 企业研发能力分析 (4) 企业商业模式分析 (5) 企业主要业绩 (6) 企业经营情况分析 (7) 企业经营状况优劣势分析 (8) 企业最新经营动向分析 6.2.10 上海仙视电子科技有限公司经营状况分析 (1) 企业发展简介 (2) 企业主营业务分析 (3) 企业研发能力分析 (4) 企业商业模式分析 (5) 企业经营情况分析 (6) 企业经营状况优劣势分析

第7章：中国广告机行业前景预测与投资战略规划 7.1 广告机行业进入壁垒分析 7.1.1 技术壁垒 7.1.2 资金壁垒 7.1.3 规模壁垒 7.2 广告机行业投资风险分析 7.2.1 技术风险与对策 7.2.2 经营风险与对策 7.2.3 管理风险与对策 7.2.4 政策风险与对策 7.3 广告机行业投资机会分析 7.3.1 行业潜在投资领域 7.3.2 目标市场需求潜力 7.4 广告机行业融资前景分析 7.4.1 行业融资现状分析 (1) 行业资金需求分析 (2) 行业融资渠道分析 (3) 行业融资SWOT分析 7.4.2 行业融资前景分析

图表目录 图表1：广告机的分类 图表2：广告机发布系统分类 图表3：广告机客户群体分类 图表4：广告机的特点分析 图表5：广告机标准建设 图表6：国际广告机行业发展历程 图表7：2015-2021年欧洲和美国广告机投入资金（单位：亿美元） 图表8：2015-2021年全球数字标牌收入规模（单位：亿美元） 图表9：2015-2021年美国广告机市场规模（单位：亿美元，%） 图表10：美国广告机市场SWOT分析 图表11：法国数字媒体市场收入构成（单位：%） 图表12：建碁股份有

限公司（AOpen Inc.）发展大事记 图表13：2017-2021年建碁股份有限公司营业收入（单位：新台币亿元） 图表14：ONELAN公司NTB产品主要特点 图表15：ONELAN公司NTB产品工作模式之独立工作 图表16：ONELAN公司NTB产品工作模式之多站点工作 图表17：ONELAN公司NTB产品工作模式之多显示点工作 图表18：2017-2021年英特尔公司经营情况（单位：十亿美元） 图表19：2012-2021年英特尔公司（Intel Corporation）在华发展大事记 图表20：美国思科（Cisco）公司主要产品及服务 图表21：2017-2021年美国思科（Cisco）公司经营情况（单位：亿美元） 图表22：2005-2021年美国思科公司在华发展大事记 图表23：2015-2021年全球数字标牌保有量（单位：万台） 图表24：2015-2021年中国国内生产总值走势图（单位：万亿元，%） 图表25：2015-2021年全国规模以上工业增加值同比增速（单位：%） 图表26：2016-2021年中国液晶显示行业相关政策分析 图表27：2016-2021年中国广告行业相关政策分析 图表28：2016-2021年中国智慧城市相关政策分析 图表29：2012-2021年中国城镇化率（单位：%） 图表30：2004-2021年我国广告机行业技术专利申请数量（单位：项）

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202404/451363.html>