2026-2031年中国广告机行业市场前瞻与投资规划分析报告

目 录

CONTENTS

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
（1）行业兼并与重组整合概况
（2）行业兼并与重组整合动向
1）跨媒体平台及技术融合
2）“内容为王”取代“硬件为王”
3）传统广电企业开始进军数字标牌市场
4）以数据为导向的节目内容或户外数字媒体广告研究
5）手机无线同步显示异军突起
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7：2019-2025年欧洲和美国广告机投入资金（单位：亿美元）
图表8：2019-2025年全球数字标牌收入规模（单位：亿美元）
图表9：2019-2025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13：2021-2025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18：2021-2025年英特尔公司经营情况（单位：十亿美元）
图表19：2016-2025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21：2021-2025年美国思科（Cisco）公司经营情况（单位：亿美元）
图表22：2009-2025年美国思科公司在华发展大事记
图表23：2019-2025年全球数字标牌保有量（单位：万台）
图表24：2019-2025年中国国内生产总值走势图（单位：万亿元，%）
图表25：2019-2025年全国规模以上工业增加值同比增速（单位：%）
图表26：2020-2025年中国液晶显示行业相关政策分析
图表27：2020-2025年中国广告行业相关政策分析
图表28：2020-2025年中国智慧城市相关政策分析
图表29：2016-2025年中国城镇化率（单位：%）
图表30：2008-2025年我国广告机行业技术专利申请数量（单位：项）
图表31：截至2025年我国广告机行业技术专利申请人构成分析（单位：项）
图表32：截至2025年中国永磁电机行业技术相关专利分布领域（前十位）（单位：项）
图表33：我国现代广告机发展历程
图表34：2019-2025年中国广告机市场规模（单位：亿元，%）
图表35：2026-2031年我国广告机市场规模预测（单位：亿元）
图表36：2025年我国室内广告机行业需求结构（单位：%）
图表37：2025年我国户外广告机行业需求结构（单位：%）
图表38：2019-2025年广告机出货量结构（单位：万台）
图表39：2025年我国室内广告机尺寸供给结构（单位：%）
图表40：2025年我国户外广告机尺寸供给结构（单位：%）

图表41：广告机产业链示意图
图表42：广告机行业应用架构图
图表43：中国户外传媒广告机市场主要覆盖领域
图表44：上海国际旅行卫生保健中心广告机安装要求
图表45：上海国际旅行卫生保健中心广告机安装系统介绍
图表46：上海国际旅行卫生保健中心广告机系统架构
图表47：2020-2025年全国医疗卫生机构及床位数量一览表（单位：个，张）
图表48：2025年各类医院对广告机系统终端需求数量测算表（单位：个）
图表49：2019-2025年大型超市广告机市场需求（单位：台）
图表50：华北工控嵌入式电脑集成的数字化酒店系统需要满足的要求
图表51：华北工控嵌入式电脑集成的数字化酒店系统框图及特征
图表52：2025年星级饭店数量统计（单位：家，台）
图表53：2019-2025年中国民用航空（颁证）机场广告机需求量（单位：台）
图表54：定谊科技为美国电信营业厅提供的广告机系统架构
图表55：广告机在金融银行业的应用价值
图表56：2019-2025年国内银行营业机构广告机需求量（单位：万台）
图表57：2019-2025年国道与高速公路年平均日交通量（单位：辆/日）
图表58：2019-2025年高速公路服务区广告机需求量预测（单位：台）
图表59：2025年各类学校数量情况表（单位：个）
图表60：2025年各类学校对广告机系统终端需求数量测算表（单位：个，台）
图表61：2025年广告机主要生产企业出货量对比（单位：%）
图表62：数字告示行业上游议价能力分析
图表63：广告机行业潜在进入者威胁分析
图表64：数字标牌广告机系统平台参与厂商
图表65：2021-2025年国内广告机行业企业投资兼并重组案例分析
图表66：海尔集团基本信息表
图表67：海尔集团主要产业
图表68：2019-2025年海尔集团子公司青岛海尔研发投入情况（单位：亿元，人，%）
图表69：2021-2025年青岛海尔股份有限公司主要经济指标分析（单位：亿元）
图表70：2021-2025年青岛海尔股份有限公司盈利能力分析（单位：%）
图表71：2020-2025年青岛海尔股份有限公司运营能力分析（单位：次）
图表72：2021-2025年青岛海尔股份有限公司偿债能力分析（单位：%）
图表73：2021-2025年青岛海尔股份有限公司发展能力分析（单位：%）
图表74：2021-2025年海尔电器集团有限公司主要经济指标分析（单位：亿元）
图表75：2021-2025年海尔电器集团有限公司盈利能力分析（单位：%）
图表76：2021-2025年海尔电器集团有限公司运营能力分析（单位：次）
图表77：2021-2025年海尔电器集团有限公司偿债能力分析（单位：%）
图表78：2021-2025年海尔电器集团有限公司发展能力分析（单位：%）
图表79：海尔集团中国布局（单位：家）
图表80：海尔集团并联商业生态圈
图表81：海尔集团两大平台的建设示意图
图表82：海尔集团优劣势分析
图表83：海信集团有限公司基本信息表
图表84：海信集团有限公司主要产品系列表
图表85：海信集团有限公司创新体系简图
图表86：海信集团有限公司科技成果简图
图表87：2021-2025年青岛海信电器股份有限公司主要经济指标分析（单位：亿元）
图表88：2021-2025年青岛海信电器股份有限公司运营能力分析（单位：次）
图表89：2021-2025年-3青岛海信电器股份有限公司盈利能力分析（单位：%）
图表90：2021-2025年青岛海信电器股份有限公司偿债能力分析（单位：%）
图表91：2021-2025年青岛海信电器股份有限公司发展能力分析（单位：%）
图表92：2021-2025年海信科龙电器股份有限公司主要经济指标分析（单位：亿元）
图表93：2021-2025年海信科龙电器股份有限公司运营能力分析（单位：次）
图表94：2021-2025年海信科龙电器股份有限公司盈利能力分析（单位：%）
图表95：2021-2025年海信科龙电器股份有限公司偿债能力分析（单位：%，倍）
图表96：2021-2025年海信科龙电器股份有限公司发展能力分析（单位：%）
图表97：海信集团有限公司全球布局简图
图表98：海信集团有限公司优劣势分析
图表99：TCL集团股份有限公司基本信息表

图表100：TCL集团股份有限公司主要业务结构图
图表101：2025年TCL集团股份有限公司主营业务收入结构图（单位：%）
图表102：2021-2025年TCL集团股份有限公司主要经济指标分析（单位：亿元）
图表103：2021-2025年TCL集团股份有限公司盈利能力分析（单位：%）
图表104：2021-2025年TCL集团股份有限公司运营能力分析（单位：次）
图表105：2021-2025年TCL集团股份有限公司偿债能力分析（单位：%）
图表106：2021-2025年TCL集团股份有限公司发展能力分析（单位：%）
图表107：TCL集团股份有限公司全球分支机构简图
图表108：TCL集团股份有限公司优劣势分析
图表109：创维集团有限公司基本信息表
图表110：创维集团有限公司主要业务
图表111：创维集团有限公司组织架构图
图表112：2021-2025年创维数字股份有限公司主要经济指标分析（单位：亿元）
图表113：：2021-2025年创维数字股份有限公司盈利能力分析（单位：%）
图表114：2021-2025年创维数字股份有限公司运营能力分析（单位：次）
图表115：2021-2025年创维数字股份有限公司偿债能力分析（单位：%）
图表116：2021-2025年创维数字股份有限公司发展能力分析（单位：%）
图表117：创维集团有限公司优劣势分析
图表118：康佳集团股份有限公司基本信息表
图表119：2025年康佳集团股份有限公司产品销售收入占比图（单位：%）
图表120：2021-2025年康佳集团股份有限公司主要经济指标分析（单位：亿元）
略·····完整目录请咨询客服

如需了解报告详细内容，请直接致电前瞻客服中心。

全国免费服务热线：400-068-7188 0755-82925195 82925295 83586158

或发电子邮件：service@qianzhan.com

或登录网站：https://bg.qianzhan.com/

我们会竭诚为您服务！