

## 2025-2030年中国广告机行业市场前景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: 2018-2024年欧洲和美国广告机投入资金 (单位: 亿美元)
- 图表8: 2018-2024年全球数字标牌收入规模 (单位: 亿美元)
- 图表9: 2018-2024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: 2020-2024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: 2020-2024年英特尔公司经营情况 (单位: 十亿美元)
- 图表19: 2015-2024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: 2020-2024年美国思科 (Cisco) 公司经营情况 (单位: 亿美元)
- 图表22: 2008-2024年美国思科公司在华发展大事记
- 图表23: 2018-2024年全球数字标牌保有量 (单位: 万台)
- 图表24: 2018-2024年中国国内生产总值走势图 (单位: 万亿元, %)
- 图表25: 2018-2024年全国规模以上工业增加值同比增速 (单位: %)
- 图表26: 2019-2024年中国液晶显示行业相关政策分析
- 图表27: 2019-2024年中国广告行业相关政策分析
- 图表28: 2019-2024年中国智慧城市相关政策分析
- 图表29: 2015-2024年中国城镇化率 (单位: %)
- 图表30: 2007-2024年我国广告机行业技术专利申请数量 (单位: 项)
- 图表31: 截至2024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2024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: 2018-2024年中国广告机市场规模 (单位: 亿元, %)
- 图表35: 2025-2030年我国广告机市场规模预测 (单位: 亿元)
- 图表36: 2024年我国室内广告机行业需求结构 (单位: %)
- 图表37: 2024年我国户外广告机行业需求结构 (单位: %)
- 图表38: 2018-2024年广告机出货量结构 (单位: 万台)
- 图表39: 2024年我国室内广告机尺寸供给结构 (单位: %)
- 图表40: 2024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: 2019-2024年全国医疗卫生机构及床位数量一览表(单位: 个, 张)
- 图表48: 2024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: 2018-2024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: 2024年星级酒店数量统计(单位: 家, 台)
- 图表53: 2018-2024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: 2018-2024年国内银行营业机构广告机需求量(单位: 万台)
- 图表57: 2018-2024年国道与高速公路年平均日交通量(单位: 辆/日)
- 图表58: 2018-2024年高速公路服务区广告机需求量预测(单位: 台)
- 图表59: 2024年各类学校数量情况表(单位: 个)
- 图表60: 2024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: 2024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: 2020-2024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: 2018-2024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: 2020-2024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: 2020-2024年青岛海尔股份有限公司盈利能力分析(单位: %)
- 图表71: 2019-2024年青岛海尔股份有限公司运营能力分析(单位: 次)
- 图表72: 2020-2024年青岛海尔股份有限公司偿债能力分析(单位: %)
- 图表73: 2020-2024年青岛海尔股份有限公司发展能力分析(单位: %)
- 图表74: 2020-2024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: 2020-2024年海尔电器集团有限公司盈利能力分析(单位: %)
- 图表76: 2020-2024年海尔电器集团有限公司运营能力分析(单位: 次)
- 图表77: 2020-2024年海尔电器集团有限公司偿债能力分析(单位: %)
- 图表78: 2020-2024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: 2020-2024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: 2020-2024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: 2020-2024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: 2020-2024年青岛海信电器股份有限公司偿债能力分析(单位: %)
- 图表91: 2020-2024年青岛海信电器股份有限公司发展能力分析(单位: %)
- 图表92: 2020-2024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: 2020-2024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: 2020-2024年海信科龙电器股份有限公司盈利能力分析(单位: %)
- 图表95: 2020-2024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: 2020-2024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: 2024年TCL集团股份有限公司主营业务收入结构图 (单位: %)  
图表102: 2020-2024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: 2020-2024年TCL集团股份有限公司盈利能力分析 (单位: %)  
图表104: 2020-2024年TCL集团股份有限公司运营能力分析 (单位: 次)  
图表105: 2020-2024年TCL集团股份有限公司偿债能力分析 (单位: %)  
图表106: 2020-2024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: 2020-2024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: : 2020-2024年创维数字股份有限公司盈利能力分析 (单位: %)  
图表114: 2020-2024年创维数字股份有限公司运营能力分析 (单位: 次)  
图表115: 2020-2024年创维数字股份有限公司偿债能力分析 (单位: %)  
图表116: 2020-2024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: 2024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: 2020-2024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](mailto:service@qianzhan.com)

或登录网站: <https://bg.qianzhan.com/>

我们会竭诚为您服务!