



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2011-2015年中国广告机市场需 求深度调研与投资风险研究报告

# 一、调研说明

《2011-2015年中国广告机市场需求深度调研与投资风险研究报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/163116.html>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：[sales@icandata.com](mailto:sales@icandata.com)

联系人：刘老师

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、摘要、目录、图表

广告机，国外叫数字告示，国内叫广告机，由传媒行业带动起来的产业。通过几年的发展，现在广告机主要应用于楼宇间（居民住宅楼，写字楼），商业连锁体系（商场，超市，专卖店），公共场所（如车站候车室，机场，文化广场等），公共交通体系（公交车，地铁，火车，出租车等），政务大厅（工商，税务，法院）等。我国广告机行业运行目前发展形势良好，随着我国广告机行业运行下游需求市场的不断扩大以及出口增长，我国广告机行业运行迎来一个新的发展机遇。

艾凯数据研究中心发布的《2011-2015年中国广告机市场需求深度调研与投资风险研究报告》共十一章。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，报告对中国广告机行业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。

艾凯数据研究中心是专业和专注的产业研究机构，拥有多年的产业研究、市场研究、市场调研、行业研究及项目咨询的专业经验，是中国市场领先的研究报告和竞争情报提供商。网站每天更新大量行业分析报告、图表资料、投资情报、竞争情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利。我们与国内各大数据源，（包括国家统计局、国家信息中心、国家海关总署、地方政府机构、行业协会等权威机构）建立战略合作关系，保障准确、权威、可靠的数据信息服务。

本报告为艾凯数据研究中心原创，近期我公司发现一些不良公司及个人将本公司的报告目录原样或改头换面后挂在其网站或一些博客网站进行宣传销售，对不明情况的客户进行欺诈。本产业研究中心郑重声明：本报告为我单位原创,为确保您所购买报告的准确、真实、权威，请直接从本中心购买，我单位没有开展其它代理销售渠道，敬请识别，谨防上当受骗！

### 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 2010年中国广告机行业市场运行环境分析

### 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、2010年中国宏观经济发展预测分析

### 第二节 2010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 2010年中国广告机市场社会环境分析

## 第三章 2010年中国户外广告受众及投放分析

### 第一节 2010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 2010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 2010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 2010年中国广告机行业市场运行态势分析

第一节 2010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 2010年中国广告机市场典型营销案例分析

第五章 2010年中国广告机现有多种媒体播放系统的技术发展及比较分析

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 2010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 2010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 2010年中国广告机市场竞争格局分析

第一节 2010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 2010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 2010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 2010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 2010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 2010年中国广告机优势生产企业竞争力分析

### 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投资预测分析

### 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 2010-2015年中国广告机行业投资机会分析

### 第四节 2010-2015年中国广告机行业投资风险分析

### 第五节 中国广告机行业发展建议及投资策略分析

#### 图表目录：（部分）

图表：2005-2010年上半年国内生产总值

图表：2005-2010年上半年居民消费价格涨跌幅度

图表：2010年上半年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2005-2010年上半年国家外汇储备

图表：2005-2010年上半年财政收入

图表：2005-2010年上半年全社会固定资产投资

图表：2010年上半年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2010年上半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

艾凯数据研究中心发布的《2011-2015年中国广告机市场需求深度调研与投资风险研究报告》，内容严谨、数据翔实，更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。

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：<https://www.icandata.com/view/163116.html>

### 三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

### 四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数

据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

## 五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（[www.icandata.com](http://www.icandata.com)）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

### 研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

## 我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;  
数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;  
服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;  
良好声誉 广泛知名度、满意度, 众多新老客户。