

中国广告机行业发展现状研究与投资前景预测报告（2023-2030年）

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《中国广告机行业发展现状研究与投资前景预测报告（2023-2030年）》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。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态势、市场商机动向、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市场调研分析。

官网地址：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202306/638229.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

一、广告机特征

广告机是新一代的智能设备，通过终端软件控制、网络信息传输和多媒体终端显示构成一个完整的广告播控系统，并通过图片、文字、视频、小插件（天气、汇率等）等多媒体素材进行广告宣传。广告机具备很多公共服务功能，并以此来吸引顾客主动浏览广告，应用行业范围极为广泛。

广告机特征 特征简介 时域性 广告机最终目的是占有广告市场份额，由于广告机能够在超越时间约束和空间限制进行广告传播，使广告脱离时空限制进行广告传播，传媒公司将更多时间段进行播放广告，而广告机每天24小时随时随地待命。依众多传媒公司要求一般广告机都具有开关机时段来播放广告，有效把广告效用传播展示。 多媒体性 广告机设计可以传播多种媒体信息。如文字、声音、图像等信息，使得无知无趣抽象性的广告变成更生动、人性化。并可以充分发挥传媒公司的创造性和能动性。 个性化 广告机上的促销是一对一的、理性的、消费者主导、非强迫性的、循序渐进式的，而且是一种低成本与人性化的促销，避免推销员强势推销的干扰，并通过信息提供与消费者建立长期良好的关系。 成长性 广告机成为传播广告观看者多属年轻、中产阶级、高教育水准的群体，由于这部分群体购买力强而且有很强市场影响力，因此极有开发潜力的市场渠道。 超前性 广告机摆脱之前传统式广告模式，如传统式发传单、报刊等，而广告机具环保、节能、多方位提供多种类传播，易受广大群体所接受。 高效性 广告机可储存大量的信息，可以传送信息质量与精确度远超过其他媒体，并能因应市场需求，及时更新信息或调整，因此及时有效满足顾客需求。 经济性 通过广告机传播广告可以代替传单、报刊、电视广告，一方面可以减少印刷、邮递、高昂电视广告费用，另一方面CF卡、SD卡可多次重写减少多次交换带来的损失。 广泛性 广告机的应用很广泛，可在大型商超、会所、广场、宾馆、政府机构及家庭使用。广告内容实效性强，更新速度快，内容可随时更改更换。

资料来源：观研天下整理

二、广告机应用领域

如在医疗领域，广告机可播放医药、挂号、住院等相关信息。此外，还能利用该广告机系统解决方案让医患互动、提供地图导向、娱乐资讯等内容服务、不但可以简化看病流程，广告机厂家还有利于缓解患者焦虑的情绪。在零售连锁领域，广告机可帮助商户即时发布产品以及促销等内容信息。广告机丰富的显示功能和鲜艳的色彩能有效增强消费者的购物体验，同时也帮助用户简化信息发布流程，最终提升零售行业用户的销售业绩。

广告机应用领域 领域简介 医疗 借助广告机，医疗机构可播放医药、挂号、住院等相关信息。此外，还能利用该广告机系统解决方案让医患互动、提供地图导向、娱乐资讯等内容服务、不但可以简化看病流程，广告机厂家还有利于缓解患者焦虑的情绪。 零售连锁 借助广告机，可帮助用户即时发布产品以及促销等内容信息。广告机丰富的显示功能和鲜艳的色彩能

有效增强消费者的购物体验，同时也帮助用户简化信息发布流程，最终提升零售行业用户的销售业绩。酒店广告机还可以在酒店公共区域进行信息展示，能为客户提供酒店全方位的服务信息。比如：酒店地图、客房使用、菜系推荐、优惠活动等信息内容。此外，当有需要时广告机也可以基于酒店原有系统开拓相关的酒店运营支撑，比如酒店自动登记入住和查号等服务。金融凭借广告机，金融机构能更好的宣传品牌形象与业务。用户利用广告机系统播放基准利率等金融信息、向客户展示和介绍银行业务与活动通知、播放统一企业文化即形象宣传片等等。同时，广告机还可以通过整合资源实现更多的系统功能，例如排队叫号、触摸屏、多媒体终端等，达到信息统一管理，无论金融之间相隔多远，都可以远程操控管理，从而为金融行业带来可观的经济效应。交通凭借广告机，用户得以及时更新和发布时刻表等交通信息。此外，用户也可创造额外展示功能，比如滚动播放娱乐剪辑，或播放体育、娱乐等新闻节目，为等候旅客提供消遣，打发等候的时间。针对车站、机场等人群流量庞大的特点，用户也可播放各种产品广告，为商家创造经济效益。

资料来源：观研天下整理

三、广告机市场规模

广告机在多领域不断渗透，行业快速发展。2017年我国广告机市场规模已超50亿元。2018-2019年我国广告机市场规模保持增长，分别为68.1亿元、79.9亿元。2020年受疫情影响我国广告机市场规模下降至45.9亿元。2021年随着广告机的智能化升级和智慧城市建设加速，各场景对广告机的需求增加，我国广告机市场规模回升至54亿元。

数据来源：观研天下数据中心整理

四、广告机投放场景

目前我国广告机最主流的三大投放场景依次为商业娱乐场景、交通枢纽场景、住宅场景，分别占比34.81%、27.77%、19.44%。

数据来源：观研天下数据中心整理

五、广告机出货尺寸

从投放尺寸看，室内场景出货尺寸集中在20-49英寸，总占比超60%。相比室内场景，室外场景通常出货尺寸较大，其中40-49英寸占比最高，为39.5%。其次是60-79英寸和80英寸以上，占比分别为16.8%、21.9%。

数据来源：观研天下数据中心整理

六、广告机行业前景

“十四五”发展纲要中，以智慧城市新基建为代表的数字经济被多次提及。“十四五”数字经济发展规划则明确表明积极打造新型智能基础设施。作为户外显示主要载体的智慧城市终端设备，广告机将成为有效推动智慧城市和数字乡村的建设的重要动力之一。预计2025年我国

广告机行业市场规模将达92.3亿元，2026年有望超100亿元。

我国广告机行业相关政策 时间 政策 部门 主要内容 2021.12 《“十四五”数字经济发展规划》
国务院 推动数字城乡融合发展。统筹推动新型智慧城市和数字乡村建设，协同优化城乡公共服务。深化新型智慧城市建设，推动城市数据整合共享和业务协同，提升城市综合管理服务能力，完善城市信息模型平台和运行管理服务平台，因地制宜构建数字孪生城市。推动智能计算中心有序发展，打造智能算力、通用算法和开发平台一体化的新型智能基础设施，面向政务服务、智慧城市、智能制造、自动驾驶、语言智能等重点新兴领域，提供体系化的人工智能服务 2021.09 《物联网新型基础设施建设三年行动计划(2021-2023年)》
工信部等8个部门在智慧城市、数字乡村、智能交通、智慧农业、智能制造、智能建造、智慧家居等重点领域，加快部署感知终端、网络 and 平台，形成一批基于自主创新技术产品、具有大规模推广价值的行业解决方案，有力支撑新型基础设施建设:推进IPV6在物联网领域的大规模应用;物联网连接数突破20亿

资料来源：观研天下整理

数据来源：观研天下数据中心整理（zlj）

注：上述信息仅作参考，具体内容请以报告正文为准。

观研报告网发布的《中国广告机行业发展现状研究与投资前景预测报告（2023-2030年）》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。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态势、市场商机动向、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，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市场调研分析。

行业报告是业内企业、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。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

【目录大纲】

第一章 2019-2023年中国广告机行业发展概述

第一节 广告机行业发展情况概述

一、广告机行业相关定义

二、广告机特点分析

三、广告机行业基本情况介绍

四、广告机行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售/服务模式

五、广告机行业需求主体分析

第二节中国广告机行业生命周期分析

一、广告机行业生命周期理论概述

二、广告机行业所属的生命周期分析

第三节广告机行业经济指标分析

一、广告机行业的赢利性分析

二、广告机行业的经济周期分析

三、广告机行业附加值的提升空间分析

第二章 2019-2023年全球广告机行业市场发展现状分析

第一节全球广告机行业发展历程回顾

第二节全球广告机行业市场规模与区域分布情况

第三节亚洲广告机行业地区市场分析

一、亚洲广告机行业市场现状分析

二、亚洲广告机行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲广告机行业市场前景分析

第四节北美广告机行业地区市场分析

一、北美广告机行业市场现状分析

二、北美广告机行业市场规模与市场需求分析

三、北美广告机行业市场前景分析

第五节欧洲广告机行业地区市场分析

一、欧洲广告机行业市场现状分析

二、欧洲广告机行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲广告机行业市场前景分析

第六节 2023-2030年世界广告机行业分布走势预测

第七节 2023-2030年全球广告机行业市场规模预测

第三章 中国广告机行业产业发展环境分析

第一节我国宏观经济环境分析

第二节我国宏观经济环境对广告机行业的影响分析

第三节中国广告机行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

三、主要行业标准

第四节政策环境对广告机行业的影响分析

第五节中国广告机行业产业社会环境分析

第四章 中国广告机行业运行情况

第一节中国广告机行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节中国广告机行业市场规模分析

一、影响中国广告机行业市场规模的因素

二、中国广告机行业市场规模

三、中国广告机行业市场规模解析

第三节中国广告机行业供应情况分析

一、中国广告机行业供应规模

二、中国广告机行业供应特点

第四节中国广告机行业需求情况分析

一、中国广告机行业需求规模

二、中国广告机行业需求特点

第五节中国广告机行业供需平衡分析

第五章 中国广告机行业产业链和细分市场分析

第一节中国广告机行业产业链综述

一、产业链模型原理介绍

二、产业链运行机制

三、广告机行业产业链图解

第二节中国广告机行业产业链环节分析

一、上游产业发展现状

二、上游产业对广告机行业的影响分析

三、下游产业发展现状

四、下游产业对广告机行业的影响分析

第三节我国广告机行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

第六章 2019-2023年中国广告机行业市场竞争分析

第一节中国广告机行业竞争现状分析

一、中国广告机行业竞争格局分析

二、中国广告机行业主要品牌分析

第二节中国广告机行业集中度分析

一、中国广告机行业市场集中度影响因素分析

二、中国广告机行业市场集中度分析

第三节中国广告机行业竞争特征分析

一、企业区域分布特征

二、企业规模分布特征

三、企业所有制分布特征

第七章 2019-2023年中国广告机行业模型分析

第一节中国广告机行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、波特五力模型原理

二、供应商议价能力

三、购买者议价能力

四、新进入者威胁

五、替代品威胁

六、同业竞争程度

七、波特五力模型分析结论

第二节中国广告机行业SWOT分析

一、SOWT模型概述

二、行业优势分析

三、行业劣势

四、行业机会

五、行业威胁

六、中国广告机行业SWOT分析结论

第三节中国广告机行业竞争环境分析（PEST）

一、PEST模型概述

- 二、政策因素
- 三、经济因素
- 四、社会因素
- 五、技术因素
- 六、PEST模型分析结论

第八章 2019-2023年中国广告机行业需求特点与动态分析

第一节中国广告机行业市场动态情况

第二节中国广告机行业消费市场特点分析

- 一、需求偏好
- 二、价格偏好
- 三、品牌偏好
- 四、其他偏好

第三节广告机行业成本结构分析

第四节广告机行业价格影响因素分析

- 一、供需因素
- 二、成本因素
- 三、其他因素

第五节中国广告机行业价格现状分析

第六节中国广告机行业平均价格走势预测

- 一、中国广告机行业平均价格趋势分析
- 二、中国广告机行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国广告机行业所属行业运行数据监测

第一节中国广告机行业所属行业总体规模分析

- 一、企业数量结构分析
- 二、行业资产规模分析

第二节中国广告机行业所属行业产销与费用分析

- 一、流动资产
- 二、销售收入分析
- 三、负债分析
- 四、利润规模分析
- 五、产值分析

第三节中国广告机行业所属行业财务指标分析

- 一、行业盈利能力分析

- 二、行业偿债能力分析
- 三、行业营运能力分析
- 四、行业发展能力分析

第十章 2019-2023年中国广告机行业区域市场现状分析

第一节 中国广告机行业区域市场规模分析

- 一、影响广告机行业区域市场分布的因素
- 二、中国广告机行业区域市场分布

第二节 中国华东地区广告机行业市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区广告机行业市场分析
 - (1) 华东地区广告机行业市场规模
 - (2) 华东地区广告机行业市场现状
 - (3) 华东地区广告机行业市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

- 一、华中地区概述
- 二、华中地区经济环境分析
- 三、华中地区广告机行业市场分析
 - (1) 华中地区广告机行业市场规模
 - (2) 华中地区广告机行业市场现状
 - (3) 华中地区广告机行业市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

- 一、华南地区概述
- 二、华南地区经济环境分析
- 三、华南地区广告机行业市场分析
 - (1) 华南地区广告机行业市场规模
 - (2) 华南地区广告机行业市场现状
 - (3) 华南地区广告机行业市场规模预测

第五节 华北地区广告机行业市场分析

- 一、华北地区概述
- 二、华北地区经济环境分析
- 三、华北地区广告机行业市场分析
 - (1) 华北地区广告机行业市场规模
 - (2) 华北地区广告机行业市场现状

(3) 华北地区广告机行业市场规模预测

第六节 东北地区市场分析

一、东北地区概述

二、东北地区经济环境分析

三、东北地区广告机行业市场分析

(1) 东北地区广告机行业市场规模

(2) 东北地区广告机行业市场现状

(3) 东北地区广告机行业市场规模预测

第七节 西南地区市场分析

一、西南地区概述

二、西南地区经济环境分析

三、西南地区广告机行业市场分析

(1) 西南地区广告机行业市场规模

(2) 西南地区广告机行业市场现状

(3) 西南地区广告机行业市场规模预测

第八节 西北地区市场分析

一、西北地区概述

二、西北地区经济环境分析

三、西北地区广告机行业市场分析

(1) 西北地区广告机行业市场规模

(2) 西北地区广告机行业市场现状

(3) 西北地区广告机行业市场规模预测

第十一章 广告机行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优势分析

第二节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析
- 第三节 企业
- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析
- 第四节 企业
- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析
- 第五节 企业
- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析
- 第六节 企业
- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析
- 第七节 企业
- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析
- 第八节 企业
- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析
- 第九节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第十节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第十二章 2023-2030年中国广告机行业发展前景分析与预测

第一节 中国广告机行业未来发展前景分析

- 一、广告机行业国内投资环境分析
- 二、中国广告机行业市场机会分析
- 三、中国广告机行业投资增速预测

第二节 中国广告机行业未来发展趋势预测

第三节 中国广告机行业规模发展预测

- 一、中国广告机行业市场规模预测
- 二、中国广告机行业市场规模增速预测
- 三、中国广告机行业产值规模预测
- 四、中国广告机行业产值增速预测
- 五、中国广告机行业供需情况预测

第四节 中国广告机行业盈利走势预测

第十三章 2023-2030年中国广告机行业进入壁垒与投资风险分析

第一节 中国广告机行业进入壁垒分析

- 一、广告机行业资金壁垒分析
- 二、广告机行业技术壁垒分析
- 三、广告机行业人才壁垒分析
- 四、广告机行业品牌壁垒分析
- 五、广告机行业其他壁垒分析

第二节 广告机行业风险分析

- 一、广告机行业宏观环境风险
- 二、广告机行业技术风险
- 三、广告机行业竞争风险

四、广告机行业其他风险

第三节中国广告机行业存在的问题

第四节中国广告机行业解决问题的策略分析

第十四章 2023-2030年中国广告机行业研究结论及投资建议

第一节观研天下中国广告机行业研究综述

一、行业投资价值

二、行业风险评估

第二节中国广告机行业进入策略分析

一、行业目标客户群体

二、细分市场选择

三、区域市场的选择

第三节 广告机行业营销策略分析

一、广告机行业产品策略

二、广告机行业定价策略

三、广告机行业渠道策略

四、广告机行业促销策略

第四节观研天下分析师投资建议

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202306/638229.html>