

中国广告机行业市场分析与未来趋势研究报告（2014-2019）

报告大纲

一、报告简介

观研报告网发布的《中国广告机行业市场分析与未来趋势研究报告（2014-2019）》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：<https://baogao.chinabaogao.com/zhuanyongshebei/194791194791.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sales@chinabaogao.com

联系人：客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，页面图表可能存在缺失；格式美观性可能有欠缺，实际报告排版规则、美观；可联系客服索取更完整的目录大纲。

二、报告目录及图表目录

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 2013年中国广告机行业市场运行环境解析

第一节 国内宏观经济环境分析

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、2014年中国经济发展预测分析

第二节 2013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 2013年中国广告机市场社会环境分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念

第三章 2013年中国户外广告受众及投放分析

第一节 2013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 2013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 2013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 2013年中国广告机行业市场运行态势剖析

第一节 2013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 2013年中国广告机市场典型营销案例分析

第五章 2012年中国广告机现有多种媒体播放系统的技术发展及比较

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

二、采用频道广播方式

三、其它

第六章 2013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 2013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 2013年中国广告机市场竞争格局透析

第一节 2013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 2013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 2013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 2013年中国广告机行业竞争中存的问题

第五节 2014-2019年中国广告机行业竞争趋势分析

第九章 2013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 2013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 2014-2019年中国广告机行业发展趋势与前景展望分析

第一节 2014-2019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 2014-2019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 2014-2019年中国广告机市场需求盈利预测分析

第十二章 2014-2019年中国广告机投资前景预测分析

第一节 2013年中国广告机投资背景

一、中国广告机现有量分析

二、广告机投入广告收益情况

第二节 中国广告机投资经营模式

一、资源——选点

二、商机——速度

三、经营——运作

第三节 投资回报分析

第四节 2014-2019年中国广告机行业投资风险预警

一、宏观调控政策风险

二、市场竞争风险

三、技术风险

四、市场运营机制风险

第五节 专家投资策略分析

图表详见正文.....

特别说明：报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，并有助于降低企事业单位投资风险。

详细请访问：<https://baogao.chinabaogao.com/zhuanyongshebei/194791194791.html>