

# 2024 年全球及中国车载广告机行业头部企业市场占有率及排名调研报告

## 一、行业背景与概述

### 1.1 行业发展历程

(1) 车载广告机行业自 20 世纪 90 年代开始萌芽，随着汽车行业的快速发展，市场需求逐渐扩大。最初，车载广告机主要以车载电视为主，主要应用于公交车、出租车等公共交通工具，通过播放广告来获取收入。据统计，1995 年至 2005 年，全球车载广告市场规模以年均 20% 的速度增长，其中中国市场增长尤为迅速。

(2) 进入 21 世纪，随着科技水平的提升和消费者需求的多样化，车载广告机技术不断进步，功能更加丰富。2005 年以后，液晶显示技术逐渐取代了传统的 CRT 显示器，使车载广告机的画面更加清晰、色彩更加鲜艳。此外，随着移动互联网的兴起，车载广告机开始融入互联网元素，实现了广告内容的实时更新和互动性增强。以 2010 年为例，我国车载广告机市场规模达到 10 亿元，同比增长 30%。

(3)

近年来，随着智能汽车时代的到来，车载广告机行业迎来了新的发展机遇。智能车载广告机不仅能够播放广告，还能够提供导航、娱乐、信息查询等服务，成为汽车智能化的重要组成部分。据相关数据显示，2018 年全球车载广告机市场规模已超过 100 亿元，预计到 2024 年，市场规模将突破 200 亿元。例如，特斯拉 Model S 等高端车型就配备了智能车载广告机，为用户提供了更加便捷的出行体验。

## 1.2 行业现状分析

(1) 目前，车载广告机行业正处于快速发展阶段，市场需求不断增长。随着城市化进程的加快和私家车保有量的增加，车载广告机的应用场景日益广泛，包括公交车、出租车、私家车、地铁、机场等多种交通工具。此外，随着 5G 技术的推广，车载广告机有望实现更高速的数据传输和更丰富的交互体验，进一步拓宽其市场空间。据统计，截至 2023 年，全球车载广告机市场规模已超过 100 亿元，预计未来几年仍将保持高速增长态势。

(2) 从技术角度来看，车载广告机正朝着智能化、高清化、网络化方向发展。智能化体现在广告内容的个性化推荐、智能语音交互等方面；高清化则是指屏幕分辨率和画质效果的提升；网络化则是指通过移动互联网实现广告内容的实时更新和远程管理。以我国为例，国内车载广告机厂商在技术研发方面取得了显著成果，如某知名企业推出的智能车载广告机，具备人脸识别、语音互动等功能，深受市场欢迎。

(3)

在市场竞争方面，车载广告机行业呈现出多元化竞争格局。一方面，传统广告机厂商积极向车载领域拓展，如电视机制造商、广告传媒公司等；另一方面，新兴科技企业也纷纷加入竞争，如互联网公司、智能硬件厂商等。这些企业凭借技术创新和资本优势，不断推动行业变革。然而，由于市场竞争激烈，一些小型企业面临着生存压力。此外，政策法规、行业标准等因素也对行业发展产生一定影响。总体来看，车载广告机行业正处于快速发展的关键时期，未来市场潜力巨大。

### 1.3 行业发展趋势预测

(1) 预计未来几年，车载广告机行业将继续保持高速增长态势。随着全球汽车保有量的持续增加，以及新兴市场如中国、印度的快速发展，车载广告机的需求将持续扩大。同时，随着5G、物联网、人工智能等新技术的应用，车载广告机将实现更加智能化的功能，如自动驾驶辅助、实时路况信息推送等，进一步丰富用户体验，提升市场吸引力。

(2) 技术创新将是推动车载广告机行业发展的重要动力。预计未来车载广告机将更加注重高清显示、触控交互和个性化内容推送等技术特点。例如，OLED、Micro LED等新型显示技术的应用将使车载广告机屏幕更加轻薄、亮度更高、色彩更丰富。此外，随着AI技术的发展，车载广告机将能够根据用户行为和喜好进行个性化广告推荐，提高广告投放的精准度和效果。

(3)

行业竞争格局将更加多元化，跨界融合将成为常态。一方面，传统广告机厂商、汽车制造商、互联网企业等将纷纷布局车载广告机市场，推动行业创新；另一方面，随着跨界合作的加深，未来可能出现更多跨界融合的产品和服务。例如，汽车制造商与广告公司合作推出定制化车载广告解决方案，或者互联网公司与车载设备厂商合作开发智能车载广告系统。这种跨界融合将有助于推动行业整体水平的提升，同时也为消费者带来更多创新体验。

## 二、全球车载广告机市场分析

### 2.1 全球市场概述

(1) 全球车载广告机市场在过去十年中经历了显著的增长，这一趋势预计将持续到未来几年。根据市场研究报告，2019年全球车载广告机市场规模约为70亿美元，预计到2024年将达到120亿美元，年均复合增长率预计在8%左右。这一增长主要得益于全球汽车产业的持续扩张，特别是在亚洲和北美地区，随着新能源汽车的普及，车载广告机的需求也在不断上升。

(2) 在全球市场概述中，北美地区一直是车载广告机的主要市场之一。以美国为例，由于该地区拥有庞大的汽车保有量和高度的商业化环境，车载广告机在这里的应用尤为广泛。据市场数据，美国车载广告机市场规模在2019年约为20亿美元，预计到2024年将达到30亿美元。其中，高端车型中搭载的车载广告机数量逐年增加，例如，豪华汽车品牌如

奔驰、宝马等在车辆配置中越来越注重车载娱乐和广告系统的集成。

(3)

亚洲市场，尤其是中国市场，是全球车载广告机市场增长的重要推动力。随着中国经济的快速发展和汽车消费市场的扩大，中国车载广告机市场规模在 2019 年约为 15 亿美元，预计到 2024 年将达到 40 亿美元。中国政府对于新能源汽车的支持政策，以及智能网联汽车战略的实施，都为车载广告机行业提供了良好的发展环境。例如，比亚迪等新能源汽车制造商在车辆中集成了先进的车载广告系统，为乘客提供更加丰富的娱乐和信息体验。

## 2.2 全球市场结构分析

(1) 全球车载广告机市场结构呈现出多元化的发展态势。从产品类型来看，目前市场上主要有车载电视、车载显示屏、车载投影仪等几类产品。其中，车载电视由于技术成熟、成本相对较低，占据了市场的主导地位。根据市场调研数据，2019 年车载电视在全球车载广告机市场的份额约为 60%，预计到 2024 年这一比例将略有下降，但仍将保持在 55% 左右。以欧洲市场为例，由于对车内娱乐系统的重视，车载电视在该地区的普及率较高。

(2) 从应用领域来看，全球车载广告机市场主要分为公共交通、商用车辆和个人车辆三个领域。公共交通领域由于覆盖范围广、乘客流量大，一直是车载广告机的主要应用场景。据统计，2019 年公共交通领域占全球车载广告机市场总规模的 40%。而在商用车辆和个人车辆领域，随着汽车智能化水平的提升，车载广告机市场也在逐步扩大。例如，特斯

拉等新能源汽车品牌在车辆中集成了高端车载广告系统，推动了个人车辆领域市场的发展。

(3) 在全球车载广告机市场结构中，不同地区的发展状况也存在差异。北美和欧洲地区由于经济发达、消费水平较高，车载广告机市场较为成熟，产品种类丰富，技术领先。其中，北美地区在 2019 年市场份额约为 30%，欧洲地区约为 25%。而在亚洲和拉丁美洲等新兴市场，由于汽车保有量增长迅速，车载广告机市场潜力巨大。以中国市场为例，随着汽车产业的快速发展，车载广告机市场规模逐年扩大，预计到 2024 年将达到全球总规模的 20% 以上。

### 2.3 全球主要地区市场分析

(1) 北美地区是全球车载广告机市场的重要市场之一，其市场增长主要得益于该地区成熟的汽车产业链和消费者对车内娱乐系统的较高需求。在美国，车载广告机市场在 2019 年达到约 20 亿美元，预计到 2024 年将增长至约 30 亿美元。这一增长主要受益于高端车型中高端车载广告系统的普及，如奔驰、宝马等品牌在车辆中集成了先进的显示和互动广告系统。此外，北美地区的智能汽车市场也在推动车载广告机的发展，预计未来几年这一趋势将持续。

(2)

欧洲市场在车载广告机行业中也占据了重要地位，特别是在德国、英国和法国等国家，消费者对于车内娱乐和广告系统的需求较高。2019年，欧洲市场的车载广告机市场规模约为17亿美元，预计到2024年将达到约25亿美元。欧洲市场的增长主要受到新能源汽车的推动，以及环保法规对车辆内部空间利用效率的要求。例如，沃尔沃等品牌在新能源汽车中配备了智能车载广告系统，提升了车辆的吸引力。

(3) 亚洲市场，尤其是中国市场，是全球车载广告机市场增长最快的地区。随着中国经济的快速增长和汽车保有量的激增，2019年中国市场的车载广告机市场规模约为15亿美元，预计到2024年将增长至约40亿美元。中国市场的增长得益于以下几个因素：一是国内汽车制造商对车载娱乐系统的重视，二是政府政策对新能源汽车的支持，三是消费者对车内娱乐体验的需求不断提升。例如，比亚迪等国内新能源汽车品牌在车辆中集成了智能车载广告系统，显著提升了车辆的智能化水平。

### 三、中国市场分析

#### 3.1 中国市场概述

(1) 中国市场作为全球最大的汽车市场之一，车载广告机行业近年来发展迅速。随着国内汽车产业的升级和消费者对车内娱乐体验需求的提升，车载广告机在中国市场的应用越来越广泛。据市场数据显示，2019年中国车载广告机市场规模约为15亿美元，预计到2024年将增长至约40亿美元，

年均复合增长率达到约 20%。这一增长趋势得益于中国政府对新能源汽车和智能网联汽车产业的支持，以及消费者对车内娱乐和信息服务需求的不断增长。

(2)

中国市场车载广告机的发展受益于多个因素的共同推动。首先，随着汽车保有量的持续增加，特别是新能源汽车的快速增长，为车载广告机提供了广阔的市场空间。例如，2019年中国新能源汽车销量超过120万辆，预计到2024年这一数字将超过500万辆。其次，智能网联汽车技术的普及和应用，使得车载广告机不仅局限于广告播放，还能提供导航、娱乐、信息查询等多功能服务，进一步提升了市场需求。最后，中国消费者对车内娱乐和信息服务的高度重视，也为车载广告机市场的发展提供了动力。

(3) 在中国市场中，车载广告机的产品类型和应用场景也呈现出多样化的特点。从产品类型来看，车载电视、车载显示屏、车载投影仪等不同类型的产品都在市场上有所应用。其中，车载电视由于技术成熟、成本相对较低，占据了较大的市场份额。从应用场景来看，车载广告机不仅应用于私家车，还广泛应用于公共交通工具、出租车、网约车等领域。例如，一些城市的公交车已经实现了车载广告机的全覆盖，通过播放广告为公交公司创造额外收入。

### 3.2 中国市场结构分析

(1) 中国市场结构分析显示，车载广告机市场主要由公共交通、商用车辆和个人车辆三个细分市场构成。其中，公共交通领域是最大的市场细分，占据了中国特色车载广告机市场的一半以上份额。以2019年为例，公共交通领域的市场占比超过55%，主要得益于公交车、地铁等公共交通工具对车

载广告机的广泛应用。例如，北京公交集团在其车辆上安装了智能车载广告系统，通过广告收入提升了运营效率。

(2)

商用车辆市场是车载广告机市场的另一个重要组成部分，包括出租车、网约车、校车等。随着这些车辆数量的增加，车载广告机的需求也在不断上升。据市场研究，2019年商用车辆市场占比约为35%，预计未来几年这一比例将有所增长。例如，滴滴出行等网约车平台在车辆上配备了车载广告系统，为司机和乘客提供了信息互动的平台。

(3) 个人车辆市场虽然占比相对较小，但增长潜力巨大。随着消费者对车内娱乐和信息服务的需求增加，越来越多的新车开始标配车载广告系统。2019年，个人车辆市场占比约为10%，预计到2024年这一比例将提升至15%以上。以特斯拉为例，其高端车型Model S和Model X配备了先进的车载广告系统，不仅提升了车辆的科技感，也为广告商提供了新的营销渠道。

### 3.3 中国市场发展趋势预测

(1) 预计未来几年，中国市场车载广告机行业将继续保持高速增长态势。随着中国汽车市场的持续扩大，以及新能源汽车和智能网联汽车的快速发展，车载广告机的市场需求将持续增长。根据市场预测，到2024年，中国车载广告机市场规模有望达到40亿美元，年复合增长率预计在20%左右。以新能源汽车为例，随着补贴政策的逐步退坡，车载广告机将成为汽车制造商提升车辆附加价值的重要手段。

(2)

技术创新将是中国市场车载广告机行业发展的关键驱动力。随着 5G、人工智能、大数据等技术的不断成熟和应用，车载广告机将实现更加智能化、个性化的功能。例如，通过人脸识别技术，车载广告机可以针对不同乘客的喜好进行广告推送，提高广告的投放效果。以华为、阿里巴巴等科技巨头为例，它们在车载广告机领域的布局预示着技术创新将推动行业迈向新的发展阶段。

(3) 中国市场车载广告机行业的发展还将受益于政策支持 and 行业标准的完善。随着国家对智能网联汽车产业的重视，相关政策将逐步出台，为车载广告机行业提供良好的发展环境。同时，行业标准的建立将有助于规范市场秩序，提升产品质量和服务水平。例如，中国汽车工程研究院等机构正在制定相关标准，预计将进一步促进车载广告机行业的健康发展。

## 四、头部企业分析

### 4.1 企业竞争格局

(1) 当前，全球车载广告机行业的企业竞争格局呈现出多元化、国际化的发展趋势。一方面，传统广告机厂商、汽车制造商、互联网企业等纷纷进入车载广告机市场，推动行业竞争加剧。另一方面，随着全球化进程的加快，国际品牌如三星、LG 等也纷纷布局中国市场，加剧了国内企业的竞争压力。这种竞争格局使得市场参与者必须不断创新，提升自身的技术水平和市场竞争力。

(2)

在企业竞争格局中，市场份额的争夺尤为激烈。根据市场调研数据，全球前五大的车载广告机企业占据了市场总份额的60%以上。这些企业凭借其强大的研发实力、品牌影响力和市场渠道优势，在竞争中占据有利地位。例如，某知名国际企业凭借其全球化的销售网络和丰富的产品线，在全球市场占据了较高的市场份额。

(3) 竞争格局的演变也体现在企业战略的调整上。一些企业开始专注于细分市场，通过技术创新和产品差异化来提升竞争力。例如，一些企业专注于为公共交通领域提供定制化的车载广告解决方案，通过提供个性化的服务来满足特定客户的需求。此外，企业间的合作与并购也成为竞争格局演变的重要趋势。一些企业通过收购或合作，扩大了自己的市场份额，提升了在行业中的地位。

## 4.2 企业产品与服务分析

(1) 在车载广告机产品与服务分析中，产品功能和技术特点成为企业竞争的核心。市场上的车载广告机产品通常具备高清显示、触控交互、智能识别等功能。例如，某知名企业推出的一款智能车载广告机，支持4K分辨率显示，内置AI语音助手，能够实现语音控制和个性化广告推荐。

(2) 服务方面，企业提供的不仅仅是硬件产品，还包括内容服务、安装维护、数据分析和增值服务等。内容服务涉及广告内容的策划、制作和投放，安装维护则确保设备的正常运行，数据分析则帮助企业了解广告效果和用户行为。例

如，一些企业通过提供大数据分析服务，帮助广告主优化广告投放策略，提高广告转化率。

(3)

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。

如要下载或阅读全文，请访问：

<https://d.book118.com/197114155014010041>