

2008年中国音响市场分析及投资 前景预测报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2008年中国音响市场分析及投资前景预测报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/200807/4716.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

第一章 全球音响市场运行态势分析

一、全球音响市场发展分析

（一）全球音响品牌发展分析

（二）全球音响产品技术发展分析

（三）全球产品价格走势分析

二、全球各国汽车音响市场竞争分析

（一）美式汽车音响

（二）高保真欧洲汽车音响

（三）发展迅速的日本汽车音响

三、2008-2010年全球音响市场发展趋势分析

第二章 2007-2008年我国音响产业发展形势分析

一、我国音响产业技术发展概况

（一）音响技术的进步对音乐形式发展的影响

（二）音响系统的主要技术指标分析

（三）汽车音响改装行业期待和谐发展

二、我国音响产业发展存在的问题分析

（一）音响产业面临的困境

（二）我国音响产业的缺陷

（三）我国音响出现全行业性的衰退

（四）导致音响市场规模减小的问题

三、我国针对音响产业健康发展的对策分析

（一）我国音响行业出路分析

（二）我国音响扭转市场现状的对策

（三）国内音响急待产业创新

（四）我国音响业需要良性互动

（五）音响企业应对市场巨变的战略

第三章 2007-2008年我国音响市场运行状况分析

一、我国音响市场发展现状分析

（一）2007年我国音响市场整体发展情况总结

(二) 2007年国内音响市场热点分析

(三) 市场运行特点分析

二、我国音响市场产销统计分析

(一) 产量统计分析

(二) 需求状况分析

(三) 价格走势分析

三、我国音响市场进出口状况分析

(一) 进出口量统计分析

(二) 进出口价格分析

第四章 2007-2008年我国家用音响产业局势发展分析

一、我国家庭影院市场发展分析

(一) 家电巨头抢占家庭影院市场

(二) 市场比较混乱，国家实行认证制度

(三) 国内市场发展空间巨大，但消费能力有限

(四) 国外品牌加大家庭影院市场的抢占力度

二、我国家用音响产业现状分析

(一) 传统家用音响市场份额逐渐减少

(二) 当前家用音响设备的分野

(三) 家用音响引入“隐形”新概念

三、我国家庭影院行业发展存在的问题分析

(一) 品牌良莠不齐导致缺乏国际市场竞争能力

(二) 核心技术受制于人难免一直处于被动状态

(三) 市场秩序混乱致使行业产品出现“鱼龙混杂”的局面

第五章 2007-2008年我国汽车音响产业发展形势分析

一、我国汽车音响产业发展概况分析

(一) 我国汽车音响成功进入国际汽车产业链

(二) 全球汽车音响产业逐步转移到我国

(三) 我国汽车产业引领汽车音响迅速发展

(四) 汽车音响产业带火元器件产业发展

二、我国汽车音响产业发展我存在的问题分析

- (一) 汽车音响行业我存在的问题
 - (二) 我国汽车音响行业发展不平衡
 - (三) 我国我小汽车音响企业面临的困境
 - (四) 汽车音响的销售困难分析
- 三、我国汽车音响业的发展策略分析
- (一) 汽车音响产业发展战略分析
 - (二) 我国汽车音响产业的经营对策
 - (三) 完善我国汽车行业法律法规的建议

第六章 2007-2008年我国专业音响市场营运格局分析

- 一、我国专业音响产业发展现状分析
- (一) 我国专业音响行业的发展现状分析
 - (二) 我国专业音响产业内部混乱
 - (三) 广东省专业音响在全国市场我的地位
 - (四) 2007-2008年我国专业音响工程施工技术发展分析
- 二、我国专业音响产业发展存在的问题分析
- (一) 产业不足分析
 - (二) 技术差距分析
 - (三) 产品发展制约因素分析
- 三、我国专业音响产业发展趋势分析
- (一) 专业音响的国产化发展趋势
 - (二) 我国专业音响产业前景看好
 - (三) 未来KTV音响系统的发展方向分析

第七章 2007-2008年我国组合音响市场产销状况分析

- 一、我国组合音响市场发展现状分析
- (一) 组合音响的特点
 - (二) 组合音响市场有待开发
 - (三) 组合音响市场迷你风格流行
- 二、迷你音响
- (一) 迷你音响市场热销
 - (二) 迷你音响进驻家电市场

(三) 迷你音响将取代家庭影院成市场主流

(四) 国产迷你音响品牌反击国外品牌

三、Hi-Fi音响

(一) HIFI音响的特点

(二) Hi-Fi与AV的比较分析

(三) HiFi音响成为消费热点

第八章 2007-2008年我国音响产业竞争格局分析

一、我国音响产业竞争现状分析

(一) 国际知名品牌加速拓展我国音响市场

(二) 索尼夏普三星等音响巨头插足国内市场

(三) 我国音响行业出现两极分化竞争状况

(四) 音响市场竞争导致企业转型

二、我国音响产业的品牌竞争分析

(一) 国内音响市场品牌集中度逐渐提高

(二) 音响市场品牌发生变局

(三) 我国打造全球音响名牌的途径

(四) 音响品牌呼唤领袖

三、我国音响产业竞争趋势分析

第九章 2007-2008年我国音响产业市场营销策略分析

一、我国音响市场消费现状分析

(一) 市场潜力大音响消费悄然升温

(二) 音响消费观念发生转变

(三) 音响“更新”消费观念显现

(四) 大音响消费者逐渐减少

二、我国音响业销售出路分析

(一) 联合即强

(二) 专卖店趋势

(三) 社区模式应用

三、我国音响营销对策分析

(一) 音响营销的渠道变化及发展趋势

- (二) 专卖店模式走到尽头音响营销新模式亟待开发
- (三) 音响品牌专卖营销
- (四) 音响文化营销
- (五) 音响服务营销

第十章 全球音响著名品牌市场竞争比较分析

一、BOSE

- (一) 企业发展历程分析
- (二) 企业财务状况分析
- (三) 企业未来发展规划分析

二、波士顿

- (一) 企业发展历程分析
- (二) 企业财务状况分析
- (三) 企业未来发展规划分析

三、MTX

- (一) 企业发展历程分析
- (二) 企业财务状况分析
- (三) 企业未来发展规划分析

四、狮龙

- (一) 企业发展历程分析
- (二) 企业财务状况分析
- (三) 企业未来发展规划分析

五、JVC

- (一) 企业发展历程分析
- (二) 企业财务状况分析
- (三) 企业未来发展规划分析

六、歌乐

- (一) 企业发展历程分析
- (二) 企业财务状况分析
- (三) 企业未来发展规划分析

七、天龙

- (一) 企业发展历程分析

(二) 企业财务状况分析

(三) 企业未来发展规划分析

八、马兰士

(一) 企业发展历程分析

(二) 企业财务状况分析

(三) 企业未来发展规划分析

九、英国曼琴MACROM

(一) 企业发展历程分析

(二) 企业财务状况分析

(三) 企业未来发展规划分析

十、法国FOCAL

(一) 企业发展历程分析

(二) 企业财务状况分析

(三) 企业未来发展规划分析

第十一章 我国音响重点企业分析

一、飞乐音响

(一) 企业基本概况分析

(二) 企业财务状况分析

(三) 企业发展动态分析

二、爱浪

(一) 企业基本概况分析

(二) 企业财务状况分析

(三) 企业发展动态分析

三、丽声

(一) 企业基本概况分析

(二) 企业财务状况分析

(三) 企业发展动态分析

四、奇声

(一) 企业基本概况分析

(二) 企业财务状况分析

(三) 企业发展动态分析

五、步步高

(一) 企业基本概况分析

(二) 企业财务状况分析

(三) 企业发展动态分析

六、惠威

(一) 企业基本概况分析

(二) 企业财务状况分析

(三) 企业发展动态分析

第十二章 2008-2010年我国音响产业发展及投资分析

一、2008-2010年我国音响产业前景展望分析

(一) CAV旺销显示我国音响市场四个发展趋势

(二) 我国音响市场前景看好尚未达到饱和

(三) 国内音响业的专业化发展趋势

(四) 我国电子音响产品的发展趋势分析

二、我国音响市场投资机会分析

(一) 投资吸引力分析

(二) 投资潜力分析

三、我国音响市场投资风险分析

(一) 技术风险分析

(二) 竞争风险分析

(三) 安全风险分析

四、我国音响市场投资建议分析

附录

附录一：3C认证认可条例

附录二：《家用电器商品维修管理办法》

附录三：家用电器维修服务明码标价规定

附录四：家用视听商品修理更换退货责任规定

部分图表目录

图表 1997-2007年中国影碟机总体市场零售量规模

图表 家庭影院的组成

图表 杜比基本解码器

图表 杜比定向逻辑解码器

图表 杜比定向逻辑系统的工作方式

图表 杜比数字系统

图表 QSound公司的QSurround方案

图表 每百户家庭影音电器拥有率

图表 消费者价格需求比例

图表 消费者渠道需求结构比例图

图表 购买决策人比例图

图表 家庭影院对消费者的情感诉求满足和社会属性诉求的满足

图表 目标消费群特征图

图表 婚姻状况与消费者的购买行为的关系

图表 家庭住房面积与影院音响消费关系

图表 价格需求与供应对比分析

图表 渠道需求与供应分析图

图表 消费者对促销员的认同率

图表 1990-2010年我国专业灯光音响发展阶段比例图

图表 2002-2007年全球OEM配套比例

图表 2002-2007年中国汽车音响产量

图表 经销商经营模式

图表 销量好的原因

图表 车主购买考虑因素

图表 经销商选择厂家的考虑因素

图表 经销商进货渠道

图表 经销商对厂家的满意程度

图表 2007年1-12月汽车音响广告投放比较

图表 2007年汽车音响广告投放区域比较

图表 2007年主要品牌汽车音响广告投放比较

图表 2007年与2006年广告大区分布比较图

图表 2007年排名前十位的产品广告投放

图表 消费者对汽车音响价位的选择比例

图表 国外品牌在国内的知名度

图表 消费者对车载音响改装的原因

图表 消费者对汽车音响产品指标调查

图表 消费者对音响产品的满意程度

图表 2007年1-12月中国组合音响产量表

图表 音响前八名品牌市场占有率

图表 2007年度先驱家庭影院四项主要指示排名

图表 2007年飞乐音响主营业务情况表

图表 2007-2008年一季度飞乐音响主要会计数据及财务指标

图表 未来音响产销预测分析

图表 未来音响进出口预测分析

图表 未来音响技术发展趋势分析

图表 略……

更多图表见正文

详细请访问：<http://www.cction.com/report/200807/4716.html>