

2014-2019年中国音响行业 监测与投资前景预测报告

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

《2014-2019年中国音响行业监测与投资前景预测报告》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/201406/107880.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

中国音响产业发展迅猛，引起了国内外广泛关注。中国音响产业是从1979年生产录音机开始起步的，当时不仅规模较小（当年产量仅为10.5万台），品种单一，在技术、质量上更无法与国外产品竞争。在改革开放方针的指引下，全行业发奋图强，三十几年来取得了令人瞩目的进步与发展。

近年来，我国经济发展速度较快，居民可支配收入大幅度增长，在解决了基本生活需要之后开始转向娱乐产品的购买，其中，音响设备是人们娱乐首选产品之一。音响设备作为家庭影院和电脑的配套产品，在家庭影院快速发展和电脑逐渐普及的带动下显示强劲的发展动力。由于产品需求量大幅度增长，作为供应商的生产企业纷纷扩建、增产，市场竞争日趋激烈。

随着人们消费水平的提高，对生活品质的要求也越来越高，这也带动了家庭影院、组合音响、专业音响的发展。2010年，专业音响的产值占到行业整机产值的近10%。2011年1-12月，全国组合音响的产量达1.18亿台，同比增长14.04%。2012年1-7月我国组合音响产量达到了63980013台。

随着国际上微电子技术、数字压缩编解码技术、大容量存储技术、以及计算机等高新技术的发展，特别是数字压缩技术的成熟和标准化，并在大规模集成电路中实现后，极大地推动了消费类电子产品的数字化发展，数字技术渗透到了各个领域。随着互联网向普通家庭生活的扩展，消费电子、计算机、通讯产品融合的趋势日益明显。音响产品总的发展趋势是：数字化、多功能化、网络化、智能化和小型化。

长远来看，中国宏观经济持续增长的势头不会改变，一般消费品在国际国内市场上不会受到太大影响，且出口退税率提高能够进一步提升行业盈利能力。在“十二五”期间，我国将主要从推动创新、主攻高端、强化基础、规范市场、绿色制造等几方面推动音响产业发展，我国家用音响设备行业有望保持稳定增长。

本行业分析报告主要依据国家统计局、国家发改委、国家商务部、中国轻工业信息中心、中华商业信息中心、中国家电协会、中国电子音响工业协会、国内外相关刊物的基础信息以及音响行业研究单位等公布和提供的大量资料，结合深入的市场调查资料，对中国音响行业的发展情况、经济运行数据、主要细分市场、技术水平、市场营销、国内外重点企业等进行了分析及预测，并对未来音响行业发展的整体环境及发展趋势进行探讨和研判，最后在前面大量分析、预测的基础上，研究了音响行业今后的发展与投资策略。

本音响行业分析报告，为音响企业在激烈的市场竞争中洞察先机，根据市场需求及时调整经营策略，为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供了准确的市场情

报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

报告目录

第一部分 音响行业发展分析

第一章 音响相关概述

第一节 音响概述

- 一、音响的概念
- 二、音响的应用
- 三、音响的不同风格

第二节 不同音响产品概述

- 一、扩声音响
- 二、广播音响

第二章 中国音响产业现状

第一节 中国音响产业发展概况

- 一、中国音响产业发展回顾
- 二、中国音响产业进入整合时期
- 三、2011年中国音响产业发展状况
- 四、2012年中国音响产业发展分析
- 五、2013年中国音响产业发展走势分析

第二节 中国音响市场现状

- 一、音响产品购买者分析
- 二、中国音响市场出口状况
- 三、中国音响市场发展态势分析
- 四、2012年国内音响市场发展综述
- 五、2013年中国音响市场机遇与挑战并存

第三节 音响产业存在的问题

- 一、音响产业面临的困境
- 二、中国音响产业的缺陷
- 三、中国音响出现行业性衰退
- 四、导致音响市场规模减小的问题

第四节 针对音响产业健康发展的对策

- 一、中国音响行业出路分析
- 二、中国音响业应对市场难题的对策

- 三、国内音响产业须加强创新
- 四、中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 2012-2013年中国家用音响设备制造业经济运行数据分析

第一节 2012-2013年全国家用音响设备制造业主要经济指标

- 一、2012年全国家用音响设备制造业主要经济指标
- 二、2013年全国家用音响设备制造业主要经济指标

第二节 2012-2013年全国及各省市家用音响设备制造业产销数据分析

- 一、2012年全国及各省市家用音响设备制造业产销数据分析
- 二、2013年全国及各省市家用音响设备制造业产销数据分析

第三节 2012-2013年全国及各省市家用音响设备制造业资产负债分析

- 一、2012年全国及各省市家用音响设备制造业资产负债分析
- 二、2013年全国及各省市家用音响设备制造业资产负债分析

第四节 2012-2013年全国及中国各省市家用音响设备制造业行业规模分析

- 一、2012年全国及各省市家用音响设备制造业行业规模分析
- 二、2013年全国及各省市家用音响设备制造业行业规模分析

第五节 2012-2013年全国及各省市家用音响设备制造业盈利能力分析

- 一、2012年全国及各省市家用音响设备制造业盈利能力分析
- 二、2013年全国及各省市家用音响设备制造业盈利能力分析

第二部分 音响细分市场分析

第四章 家用音响

第一节 家用音响产业现状

- 一、传统家用音响市场份额逐渐减少
- 二、国内家用音响市场格局浅析
- 三、家用音响设备的分析
- 四、家用音响引入“隐形”新概念

第二节 家用音响企业战略转型行为分析

- 一、进入新领域
- 二、进入平板电视市场
- 三、进入专业音响市场
- 四、进入文化娱乐市场
- 五、民用音响的渠道转型表现

第三节 家庭影院概述

- 一、家庭影院的概念
- 二、家庭影院音响的特点
- 三、家庭影院的形成与普及
- 四、家庭影院的组成分析
- 五、家庭影院的环绕声系统概况

第四节 家庭影院发展分析

- 一、国内家庭影院市场发展状况
- 二、家庭影院迷你音响的市场差异性
- 三、众商家大举进驻国内家庭影院市场
- 四、制约家庭影院发展的因素
- 五、中国家庭影院市场发展对策

第五节 中国家庭影院音响市场供需分析

- 一、需求分析
- 二、供给分析

第五章 专业音响

第一节 专业音响概述

- 一、专业音响的定义
- 二、专业音响的组成和应用
- 三、专业音响与民用音响的差异性表现
- 四、KTV专业音响与Hi-Fi音响的异同

第二节 中国专业音响行业分析

- 一、中国专业音响行业的发展阶段
- 二、2011年中国专业音响发展分析
- 三、中国专业音响行业发展现状
- 四、国内专业音响行业面临的机遇与挑战
- 五、中国专业音响生产厂商分析
- 六、中国专业音响产业内部混乱

第三节 专业音响工程施工技术分析

- 一、工程技术的特点
- 二、工程的技术术语和相关标准
- 三、工程技术的要求

四、工程施工的步骤

五、工程中的疑难问题

第四节 中国专业音响产业发展趋势

一、我国专业音响行业未来发展趋势

二、专业音响的国产化趋势

三、中国专业音响产业前景看好

四、未来KTV音响系统的发展方向

第六章 汽车音响

第一节 概述

一、汽车音响的组成部分

二、汽车音响的分类

三、汽车音响的特点分析

四、汽车音响与家庭音响的不同

第二节 中国汽车音响产业概况

一、中国汽车音响行业发展历程

二、国内汽车音响市场发展现状

三、全球汽车音响生产基地向中国转移

四、国内汽车音响企业市场份额较小

五、中国汽车音响行业强化品牌战略

第三节 汽车音响市场经销分析

一、经销状况

二、经销商对厂家的满意度

三、平面媒体广告投放分析

四、汽车音响消费者满意度

第四节 中国汽车音响产业存在的问题及应对措施

一、汽车音响行业中存在的问题

二、中国汽车音响行业发展不平衡

三、汽车音响产业发展战略分析

四、中国汽车音响产业的经营对策

第五节 汽车音响发展趋势

一、未来中国汽车音响市场发展的四大趋势

二、未来汽车音响行业整体趋势

三、汽车音响后装市场将成竞争焦点

四、多功能成为汽车音响发展新趋势

第七章 组合音响

第一节 组合音响行业分析

一、组合音响的特点

二、中国组合音响行业发展现状

三、组合音响市场有待开发

四、组合音响市场迷你风格流行

第二节 2011-2013年组合音响产品产量数据分析

一、2011年全国及重点省市组合音响产量分析

二、2012年全国及主要省份组合音响产量分析

三、2013年全国及主要省份组合音响产量分析

第三节 迷你音响

一、国内迷你音响市场现状分析

二、金融危机下迷你音响市场逆势上扬

三、2012年金属迷你共振音响市场走俏

四、迷你音响市场热销

五、迷你音响进驻家电市场

六、国产迷你音响品牌反击国外品牌

第四节 HI-FI音响

一、Hi-Fi音响的概念

二、Hi-Fi音响的特点

三、Hi-Fi与AV的比较分析

四、Hi-Fi音响成为消费热点

五、2012年Hi-Fi音响发展分析

第八章 音响技术分析

第一节 音响技术的进步对音乐形式发展的影响

一、录音技术的发明

二、七十八转唱片

三、麦克风的改进

四、广播业的兴起

五、电吉它的发明

六、唱片的进化

第二节 音响技术发展概况

- 一、音响技术与声学原理分析
- 二、世界音响技术发展历程
- 三、音响技术的发展阶段分析
- 四、音响技术概念解读
- 五、音响系统的主要技术指标

第三节 汽车音响改装技术

- 一、汽车音响改装的原则
- 二、影响汽车音响改装效果的因素
- 三、我国汽车音响改装行业发展现状
- 四、汽车音响改装技术市场解析
- 五、汽车音响改装行业的发展瓶颈

第三部分 音响行业竞争与营销分析

第九章 音响产业竞争分析

第一节 国外企业对中国音响市场的争夺

- 一、世界音响巨头悄然进军中国
- 二、国际品牌加速拓展中国音响市场
- 三、美国音响公司布局中国市场
- 四、2012年日本音响新品冲击中国市场

第二节 国内音响市场竞争概况

- 一、国内音响市场进入战国时代
- 二、中国音响市场呈现两极分化格局
- 三、国内音响市场竞争态势
- 四、技术和质量成音响业竞争焦点

第三节 中国音响产业的品牌竞争

- 一、音响市场品牌发生变局
- 二、中国打造世界音响名牌的途径
- 三、音响品牌呼唤领袖

第四节 中国音响生产企业的竞争策略

- 一、万利达
- 二、威格

三、熊猫

四、先驱

第十章 音响产业市场营销分析

第一节 音响市场消费概况

一、中国音响消费市场简析

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

第二节 部分省市音响消费状况

一、广东

二、东莞

三、佛山

四、长沙

五、上海

第三节 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

第四节 音响营销对策

一、音响营销的渠道变化及趋势

二、音响营销新模式亟待创新

三、音响品牌专卖营销

四、音响文化营销

五、音响服务营销

第五节 知名品牌音响营销案例

一、CAV

二、森尼

三、威莱

第四部分 音响国内外重点企业分析

第十一章 国外重点音响企业分析

第一节 美国重点音响企业

一、BOSE

二、波士顿

三、MTX

四、狮龙

第二节 日本重点汽车音响企业

一、JVC

二、歌乐

三、天龙

四、马兰士

第三节 欧洲重点汽车音响企业

一、英国曼琴MACROM

二、法国FOCAL

三、意大利世霸

四、丹麦丹拿

第十二章 国内重点企业介绍

第一节 飞乐音响

一、企业概况

二、2012-2013年企业经营情况分析

三、2012-2013年企业财务数据分析

四、2012-2013年企业发展最新动态与策略

五、企业未来发展展望与战略

第二节 爱浪

一、公司简介

二、爱浪进入专业音响市场

三、爱浪“360标准”引爆音响产业新革命

四、爱浪的“五加二法则”

第三节 奇声

一、奇声简介

二、奇声音响“360标准”发展宣言

三、奇声迷你音响走俏市场

四、奇声音响凭借实力涉足专业音响领域

第四节 步步高

一、步步高简介

- 二、步步高音响发展战略
- 三、步步高推出音响引擎操作系统

第五节 丽声

- 一、丽声音响简介
- 二、丽声音响取胜市场的原因
- 三、丽声音响以质量称霸市场
- 四、丽声音响开创信息化影音新时代

第五部分 音响产业投资与发展趋势

第十三章 2014-2019年中国音响产业投资与发展趋势

第一节 投资概况

- 一、中国音响市场投资升温
- 二、国外风险投资争夺中国音响领域
- 三、2012年日资音响企业扩大在中国市场投资

第二节 投资热点

- 一、MP3音响组合
- 二、迷你组合音响
- 三、影音一体化

第三节 2014-2019年中国音响产业前景展望

- 一、中国音响市场发展趋势
- 二、中国电子音响产品的发展趋势
- 三、国内音响业将向集成化网络化转型
- 四、2014-2019年中国家用音响设备制造行业预测分析
- 五、中国音响市场前景看好

图表目录

图表：2012年1-12月家用音响设备制造业主要经济指标全国统计数据

图表：2013年1-3月家用音响设备制造业主要经济指标全国统计数据

图表：2012年1-12月全国及各省市家用音响设备制造业累计产成品

图表：2012年1-12月全国及各省市家用音响设备制造业累计产成品比去年同期增长

图表：2012年1-12月全国及各省市家用音响设备制造业累计产品销售收入

图表：2012年1-12月全国及各省市家用音响设备制造业累计产品销售收入比去年同期增长

图表：2012年1-12月全国及各省市家用音响设备制造业累计工业总产值（当年价格）

图表：2012年1-12月全国及各省市家用音响设备制造业累计工业总产值比去年同期增长（当年

价格)

图表：2013年1-3月全国及各省市家用音响设备制造业累计产成品

图表：2013年1-3月全国及各省市家用音响设备制造业累计产成品比去年同期增长

图表：2013年1-3月全国及各省市家用音响设备制造业累计产品销售收入

图表：2013年1-3月全国及各省市家用音响设备制造业累计产品销售收入比去年同期增长

图表：2013年1-3月全国及各省市家用音响设备制造业累计工业总产值（当年价格）

图表：2013年1-3月全国及各省市家用音响设备制造业累计工业总产值比去年同期增长（当年价格）

图表：2012年1-12月全国及各省市家用音响设备制造业累计资产总计

图表：2012年1-12月全国及各省市家用音响设备制造业累计资产总计比去年同期增长

图表：2012年1-12月全国及各省市家用音响设备制造业累计流动资产平均余额

图表：2012年1-12月全国及各省市家用音响设备制造业累计流动资产平均余额比去年同期增长

图表：2012年1-12月全国及各省市家用音响设备制造业累计固定资产净值平均余额

图表：2012年1-12月全国及各省市家用音响设备制造业累计固定资产净值平均余额比去年同期增长

图表：2012年1-12月全国及各省市家用音响设备制造业累计负债合计

图表：2012年1-12月全国及各省市家用音响设备制造业累计负债合计比去年同期增长

图表：2012年1-12月全国及各省市家用音响设备制造业资本负债率

图表：2013年1-3月全国及各省市家用音响设备制造业累计资产总计

图表：2013年1-3月全国及各省市家用音响设备制造业累计资产总计比去年同期增长

图表：2013年1-3月全国及各省市家用音响设备制造业累计流动资产平均余额

图表：2013年1-3月全国及各省市家用音响设备制造业累计流动资产平均余额比去年同期增长

图表：2013年1-3月全国及各省市家用音响设备制造业累计固定资产净值平均余额

图表：2013年1-3月全国及各省市家用音响设备制造业累计固定资产净值平均余额比去年同期增长

图表：2013年1-3月全国及各省市家用音响设备制造业累计负债合计

图表：2013年1-3月全国及各省市家用音响设备制造业累计负债合计比去年同期增长

图表：2013年1-3月全国及各省市家用音响设备制造业资本负债率

图表：2012年1-12月全国及各省市家用音响设备制造业累计全部从业人员平均人数

图表：2012年1-12月全国及各省市家用音响设备制造业累计全部从业人员平均人数比去年同期增长

图表：2012年1-12月全国及各省市家用音响设备制造业累计企业单位数

图表：2013年1-3月全国及各省市家用音响设备制造业累计全部从业人员平均人数

图表：2013年1-3月全国及各省市家用音响设备制造业累计全部从业人员平均人数比去年同期增长

图表：2013年1-3月全国及各省市家用音响设备制造业累计企业单位数

图表：2012年1-12月全国及各省市家用音响设备制造业累计利润总额

图表：2012年1-12月全国及各省市家用音响设备制造业成本费用利润率

图表：2012年1-12月全国及各省市家用音响设备制造业累计亏损企业单位数

图表：2012年1-12月全国及各省市家用音响设备制造业累计亏损企业亏损总额

图表：2012年1-12月全国及各省市家用音响设备制造业累计亏损企业亏损总额比去年同期增长

图表：2012年1-12月全国及各省市家用音响设备制造业资本保值增值率

图表：2013年1-3月全国及各省市家用音响设备制造业累计利润总额

图表：2013年1-3月全国及各省市家用音响设备制造业成本费用利润率

图表：2013年1-3月全国及各省市家用音响设备制造业累计亏损企业单位数

图表：2013年1-3月全国及各省市家用音响设备制造业累计亏损企业亏损总额

图表：2013年1-3月全国及各省市家用音响设备制造业累计亏损企业亏损总额比去年同期增长

图表：2013年1-3月全国及各省市家用音响设备制造业资本保值增值率

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：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：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：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：2011年1-12月全国组合音响产量及增长率统计数据

图表：2011年1-12月广东省组合音响产量及增长率统计数据

图表：2011年1-12月浙江省组合音响产量及增长率统计数据

图表：2011年1-12月江苏省组合音响产量及增长率统计数据

图表：2011年1-12月天津市组合音响产量及增长率统计数据

图表：2011年1-12月四川省组合音响产量及增长率统计数据

图表：2011年1-12月福建省组合音响产量及增长率统计数据

图表：2011年1-12月山东省组合音响产量及增长率统计数据

图表：2012年1-12月全国组合音响产量及增长率统计数据

图表：2012年1-12月广东省组合音响产量及增长率统计数据

图表：2012年1-12月天津市组合音响产量及增长率统计数据

图表：2012年1-12月江苏省组合音响产量及增长率统计数据

图表：2012年1-12月四川省组合音响产量及增长率统计数据

图表：2012年1-12月福建省组合音响产量及增长率统计数据

图表：2012年1-12月山东省组合音响产量及增长率统计数据

图表：2013年1-3月全国组合音响产量及增长率统计数据

图表：2013年1-3月广东省组合音响产量及增长率统计数据

图表：2013年1-3月江苏省组合音响产量及增长率统计数据

图表：2013年1-3月浙江省组合音响产量及增长率统计数据

图表：2013年1-3月四川省组合音响产量及增长率统计数据

图表：2013年1-3月天津市组合音响产量及增长率统计数据

图表：2013年1-3月福建省组合音响产量及增长率统计数据
图表：2013年1-3月山东省组合音响产量及增长率统计数据
图表：2012-2013年上海飞乐音响股份有限公司主营构成
图表：2012-2013年上海飞乐音响股份有限公司流动资产表
图表：2012-2013年上海飞乐音响股份有限公司长期投资表
图表：2012-2013年上海飞乐音响股份有限公司固定资产表
图表：2012-2013年上海飞乐音响股份有限公司无形及其他资产表
图表：2012-2013年上海飞乐音响股份有限公司流动负债表
图表：2012-2013年上海飞乐音响股份有限公司长期负债表
图表：2012-2013年上海飞乐音响股份有限公司股东权益表
图表：2012-2013年上海飞乐音响股份有限公司主营业务收入表
图表：2012-2013年上海飞乐音响股份有限公司主营业务利润表
图表：2012-2013年上海飞乐音响股份有限公司营业利润表
图表：2012-2013年上海飞乐音响股份有限公司利润总额表
图表：2012-2013年上海飞乐音响股份有限公司净利润表
图表：2012-2013年上海飞乐音响股份有限公司每股指标表
图表：2012-2013年上海飞乐音响股份有限公司获利能力表
图表：2012-2013年上海飞乐音响股份有限公司经营能力表
图表：2012-2013年上海飞乐音响股份有限公司偿债能力表
图表：2012-2013年上海飞乐音响股份有限公司资本结构表
图表：2012-2013年上海飞乐音响股份有限公司发展能力表
图表：2012-2013年上海飞乐音响股份有限公司现金流量分析表
图表：2013-2013年中国家用音响设备制造行业工业总产值预测
图表：2013-2013年中国家用音响设备制造行业产品销售收入预测
图表：2013-2013年中国家用音响设备制造行业累计利润总额预测
略……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201406/107880.html>