

2019-2025年中国汽车音响行业发展趋势预测及投资战略咨询报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2019-2025年中国汽车音响行业发展趋势预测及投资战略咨询报告》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://www.huaon.com/detail/450199.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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

从国内来看，中国汽车需求量不断增长，带动汽车音响行业的快速发展。此外，随着全球汽车音响产业的转移，中国正式成为全球汽车音响的主要生产基地和产业转移的主要承接地，几乎所有国际知名汽车音响品牌都在国内设立了生产企业或代表处。

2012-2017年中国汽车音响行业整体维持上升趋势，2017年，中国汽车音响产值达到13.87亿元，再创历史新高。汽车音响将保持低速增长，2018年中国汽车音响产值将达到14.42亿元左右。

2012-2018年中国汽车音响产值及增长

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第一章 中国汽车音响行业发展综述

1.1 汽车音响行业定义及分类

1.1.1 行业概念及定义

1.1.2 行业主要产品大类

1.1.3 行业在国民经济中的地位

1.2 汽车音响行业供应链分析

1.2.1 汽车音响行业上下游产业链简介

1.2.2 汽车音响行业下游产业链分析

(1) 中国汽车行业产销分析

(2) 汽车维修保养市场分析

(3) 汽车整车配套市场分析

(4) 汽车音响改装市场分析

1.2.3 汽车音响行业上游供应链分析

(1) 模拟器件市场分析

(2) 电容器市场分析

(3) 连接器市场分析

(4) 石英晶体元器件市场分析

(5) 滤波器市场分析

(6) 逻辑器件市场分析

- (7) 存储器市场分析
- (8) PCB市场分析
- (9) 电阻市场分析
- (10) 晶体管市场分析

第二章 汽车音响行业发展环境分析

2.1 行业政策环境分析

2.1.1 行业相关政策动向

2.1.2 汽车音响行业发展规划

2.2 行业经济环境分析

2.2.1 国际宏观经济环境分析

2.2.2 国内宏观经济环境分析

2.2.3 行业宏观经济环境分析

2.3 行业需求环境分析

2.3.1 行业需求特征分析

(1) 汽车音响市场需求规模

(2) 汽车音响市场产品需求结构

2017年，中国汽车音响市场规模为13.87亿元。其中原厂配套市场的需求约占40%，零售配套市场的需求约占60%。

中国汽车音响需求结构情况（单位：%）

(3) 汽车音响改装市场的需求情况

(4) 汽车音响市场需求偏好分析

2.3.2 行业需求趋势分析

2.4 行业贸易环境分析

2.4.1 行业贸易环境发展现状

2.4.2 行业贸易环境发展趋势

第三章 2018年汽车音响需求产业发展分析

3.1 年汽车整车制造所属行业运营状况分析

3.1.1 汽车整车制造所属行业规模分析

3.1.2 汽车整车制造所属行业生产情况

3.1.3 汽车整车制造所属行业需求情况

3.1.4 汽车整车制造所属行业供求平衡情况

3.1.5 汽车整车制造所属行业财务运营情况

3.1.6 汽车整车制造所属行业运行特点及趋势分析

3.2 年改装汽车制造所属行业运营状况分析

3.2.1 改装汽车制造所属行业规模分析

3.2.2 改装汽车制造所属行业生产情况

3.2.3 改装汽车制造所属行业需求情况

3.2.4 改装汽车制造所属行业供求平衡情况

3.2.5 改装汽车制造所属行业财务运营情况

3.2.6 改装汽车制造所属行业运行特点及趋势分析

3.3 年汽车修理所属行业运营状况分析

3.3.1 汽车修理所属行业规模分析

3.3.2 汽车修理所属行业生产情况

3.3.3 汽车修理所属行业需求情况

3.3.4 汽车修理所属行业供求平衡情况

3.3.5 汽车修理所属行业财务运营情况

3.3.6 汽车修理所属行业运行特点及趋势分析

第四章 汽车音响行业产品市场发展分析

4.1 汽车音响行业产品市场现状分析

4.1.1 汽车音响产品市场规模分析

4.1.2 日系品牌市场占有率情况

4.1.3 欧美品牌市场占有率情况

4.1.4 本土品牌市场占有率情况

4.2 汽车音响国产品牌发展现状分析

4.2.1 国产品牌发展状况及特点

4.2.2 国内市场主要国产品牌分析

4.2.3 国产品牌产品存在的缺陷分析

4.2.4 国内汽车音响企业的竞争优势分析

4.2.5 国产品牌发展中存在的问题分析

4.2.6 汽车音响国产品牌发展策略分析

4.3 国内外汽车音响产品技术差别分析

4.3.1 国内汽车音响产品技术与国外的差距

4.3.2 造成国内与国外产品差距的主要原因

4.4 汽车音响市场及产品技术趋势分析

4.4.1 汽车音响市场发展的困难与阻力

4.4.2 中国汽车音响市场未来发展趋势

4.4.3 国际汽车音响新技术发展趋势

4.4.4 国内汽车音响新技术发展趋势

第五章 汽车音响行业市场竞争状况分析

5.1 汽车音响行业市场竞争总体状况

5.2 汽车音响行业国际市场竞争分析

5.2.1 国际汽车音响市场发展分析

5.2.2 国际汽车音响市场竞争分析

5.2.3 国际汽车音响市场发展趋势

5.2.4 国际主要汽车音响跨国公司经营分析

(1) 日本先锋 (Pioneer)

1) 日本先锋经营情况

2) 日本先锋在华布局

(2) 英国曼琴 (Macrom)

1) 英国曼琴经营情况

2) 英国曼琴在华布局

(3) 日本阿尔派 (Alpine)

1) 日本阿尔派经营情况

2) 日本阿尔派在华布局

(4) 日本胜利者公司 (JVC)

1) 日本胜利者经营情况

2) 日本胜利者在华布局

(5) 日本歌乐 (Clarion)

1) 日本歌乐经营情况

2) 日本歌乐在华布局

(6) 美国来福 (RockfordFosgate)

1) 美国来福经营情况

2) 美国来福在华布局

(7) 瑞典 (DLS)

1) 瑞典 (DLS) 经营情况

2) 瑞典 (DLS) 在华布局

(8) 丹麦丹拿 (Dynaudio)

1) 丹麦丹拿经营情况

2) 丹麦丹拿在华布局

(9) 法国劲浪 (FOCAL)

1) 法国劲浪经营情况

2) 法国劲浪在华布局

(10) 德国蓝宝 (BLAUPUNKT)

1) 德国蓝宝经营情况

2) 德国蓝宝在华布局

(11) 美国哈曼国际 (HarmanInternational)

1) 美国哈曼国际经营情况

2) 美国哈曼国际在华布局

5.2.5 跨国公司在华的竞争策略分析

5.2.6 国外汽车音响公司在华业务动向

5.3 行业国内市场竞争状况分析

5.3.1 国内汽车音响行业竞争格局分析

(1) 行业企业之间的竞争分析

(2) 与潜在进入者的竞争分析

(3) 潜在替代产品的竞争分析

(4) 原料供应商的议价能力分析

(5) 产品购买者的议价能力分析

5.3.2 汽车音响OEM市场竞争分析

(1) 汽车整车企业采购策略

(2) 汽车零部件企业发展对策

(3) 汽车音响OEM市场的发展和规模

5.3.3 国内汽车音响企业竞争策略分析

5.3.4 国内汽车音响行业潜在威胁分析

5.4 行业投资兼并与重组整合分析

5.4.1 汽车音响行业投资兼并与重组整合概况

5.4.2 国际汽车音响企业投资兼并与重组整合

5.4.3 国内汽车音响企业投资兼并与重组整合

第六章 汽车音响行业产品市场及营销策略分析

6.1 行业产品市场发展分析

6.1.1 行业产品市场发展概况

6.1.2 主机产品市场分析

6.1.3 功率放大器市场分析

6.1.4 扬声器市场分析

6.1.5 其他声音设备及附件市场分析

6.2 行业产品消费者需求分析

- 6.2.1 行业产品结构特征分析
- 6.2.2 汽车音响消费者需求特征分析
- 6.2.3 消费者对汽车音响价格要求分析
- 6.3 行业产品销售渠道与策略分析
 - 6.3.1 行业产品销售渠道模式分析
 - (1) 产品批发及其渠道分析
 - (2) 产品零售及其渠道分析
 - 6.3.2 行业产品销售渠道存在的问题
 - 6.3.3 汽车音响行业产品营销策略分析
 - (1) 品牌营销策略分析
 - (2) 渠道多样化下的多品牌策略
 - 1) 多品牌策略的优势分析
 - 2) 多品牌策略的劣势分析
 - (3) 单一品牌策略分析
 - 6.3.4 汽车音响市场推广策略分析
 - (1) 产品推广终端建设分析
 - (2) 产品促销和推广会分析
 - (3) 数字传媒广告推广分析
 - (4) 平面媒体广告推广分析
 - (5) 主要品牌广告投放分析

第七章 汽车音响行业主要企业经营情况分析

- 7.1 信华精机有限公司经营情况分析
 - 7.1.1 企业发展简况分析
 - 7.1.2 企业经营情况分析
 - 7.1.3 企业组织架构分析
- 7.2 深圳市漫步者科技股份有限公司经营情况分析
 - 7.2.1 企业发展简况分析
 - 7.2.2 主要经济指标分析
 - 7.2.3 企业盈利能力分析
- 7.3 惠州市德赛西威汽车电子有限公司经营情况分析
 - 7.3.1 企业发展简况分析
 - 7.3.2 企业经营情况分析
 - 7.3.3 企业经营状况优劣势分析
- 7.4 太仓阿尔派电子有限公司经营情况分析

- 7.4.1 企业发展简况分析
- 7.4.2 企业经营情况分析
- 7.4.3 企业经营状况优劣势分析
- 7.5 先锋高科技（上海）有限公司经营情况分析
 - 7.5.1 企业发展简况分析
 - 7.5.2 企业经营情况分析
 - 7.5.3 企业经营状况优劣势分析
- 7.6 上海建伍电子有限公司经营情况分析
 - 7.6.1 企业发展简况分析
 - 7.6.2 企业经营情况分析
 - 7.6.3 企业产品结构及新产品动向
 - 7.6.4 企业经营状况优劣势分析
- 7.7 惠州华阳通用电子有限公司经营情况分析
 - 7.7.1 企业发展简况分析
 - 7.7.2 企业经营情况分析
 - 7.7.3 企业组织架构分析
- 7.8 上海先锋电声器材有限公司经营情况分析
 - 7.8.1 企业发展简况分析
 - 7.8.2 企业经营情况分析
 - 7.8.3 企业组织架构分析
- 7.9 丹东阿尔卑斯电子有限公司经营情况分析
 - 7.9.1 企业发展简况分析
 - 7.9.2 企业经营情况分析
- 7.10 大连阿尔派电子有限公司经营情况分析
 - 7.10.1 企业发展简况分析
 - 7.10.2 企业经营情况分析
 - 7.10.3 企业经营状况优劣势分析

第八章 汽车音响行业发展趋势分析与预测

- 8.1 中国汽车音响市场发展趋：(AK LX)
 - 8.1.1 中国汽车音响市场发展趋势分析
 - 8.1.2 中国汽车音响市场发展前景预测
- 8.2 汽车音响行业投资特性分析
 - 8.2.1 汽车音响行业进入壁垒分析
 - 8.2.2 汽车音响行业盈利模式分析

8.2.3 汽车音响行业盈利因素分析

8.3 中国汽车音响行业投资建议

8.3.1 汽车音响行业投资风险分析

8.3.2 汽车音响行业投资建议

图表目录：

图表 1：车企汽车销量排行Top10（单位：万辆）

图表 2：乘用车生产企业销量排行Top10（单位：万辆，%）

图表 3：商用车生产企业销量排行Top10（单位：万辆，%）

图表 4：2015-2018年美国新增非农就业走势图（单位：千人，%）

图表 5：2015-2018年美国新增非农就业与失业率（单位：千人，%）

图表 6：2015-2018年美国PMI指数

图表 7：2018年美国制造业PMI八个分项指数

图表 8：2018年美国服务业PMI指数

图表 9：2015-2018年欧元区CPI同比增长情况（单位：%）

图表 10：2015-2018年欧元区制造业指数

图表 11：2015-2018年法意德制造业指数

图表 12：2018年日本PMI指数均值

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/450199.html>