

2017-2022年中国耳机行业市场现状分析及发展前景预测报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2017-2022年中国耳机行业市场现状分析及发展前景预测报告》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/295508.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

耳机是一对转换单元，它接受媒体播放器或接收器所发出的电讯号，利用贴近耳朵的扬声器将其转化成可以听到的音波。耳机一般是与媒体播放器可分离的，利用一个插头连接。好处是在不影响旁人的情况下，可独自聆听音响；亦可隔开周围环境的声响，对在录音室、DJ、旅途、运动等在噪吵环境下使用的人很有帮助。耳机原是给电话和无线电上使用的，但随着可携式电子装置的盛行，耳机多用于手机、随身听、收音机。可携式电玩和数位音讯播放器等。从整个音频行业的发展来看，无线耳机仍然算是新生事物，发展时间并不长，目前仍处在上升期，用户需求不断提升，用户对无线耳机的期望值也在提高，这就是对行业提出的新的考验。

随着视听影音类产品的普及，通信技术的发展和移动电子产品的市场规模快速增长，全球耳机市场规模保持年均20%以上的高速增长。2009年金融危机对全球耳机行业造成负面影响，耳机销量17.57亿只。2010年，金融危机过后，耳机销量增长明显，增长率为24.8%，达到21.93亿只；2012年全球智能手机销量达到7.12亿部，较2011年增长44%，销量占手机总销量比例达到45.5%。在智能手机的普及下，2012年全球耳机产业销量保持25%左右的增速，2012销售额达到74.11亿美元。2014年全球共销售耳机44.49亿只，销售额进一步增至119.29亿美元。随着娱乐生活逐渐丰富及各种掌上娱乐设备逐渐普及，耳机市场规模明显扩大。2014年，在技术进步、产品细分程度提高等因素影响下，中国耳机市场保持了较快的增长速度，全年销量超过19.24亿付，较2013年增长21.85%，销售额达到174.8亿元，较2013年同比增长23.8%。利润总额为44.96亿元，净利润达到28.37亿元。2015年全球耳机市场规模已达100亿美金，并且有望在2023年超过182亿美金，年复合增长4.6%。2015年全球出货3.5亿副耳机，2023年有望超过4.6亿副，年复合增长3.9%。

全球耳机出货量（不含手机附带耳机）

全球耳机市场规模（不考虑随手机附带耳机）

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家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 耳机行业相关概述

1.1 耳机行业定义及特点

- 1.1.1 耳机行业的定义
- 1.1.2 耳机行业产品/服务特点
- 1.2 耳机行业统计标准
 - 1.2.1 耳机行业统计口径
 - 1.2.2 耳机行业统计方法
 - 1.2.3 耳机行业数据种类
 - 1.2.4 耳机行业研究范围
- 1.3 耳机行业经营模式分析
 - 1.3.1 生产模式
 - 1.3.2 采购模式
 - 1.3.3 销售模式

第二章 耳机行业市场特点概述

- 2.1 行业市场概况
 - 2.1.1 行业市场特点
 - 2.1.2 行业市场化程度
 - 2.1.3 行业利润水平及变动趋势
- 2.2 进入本行业的主要障碍
 - 2.2.1 资金准入障碍
 - 2.2.2 市场准入障碍
 - 2.2.3 技术与人才障碍
 - 2.2.4 其他障碍
- 2.3 行业的周期性、区域性
 - 2.3.1 行业周期分析
 - (1) 行业的周期波动性
 - (2) 行业产品生命周期
 - 2.3.2 行业的区域性
- 2.4 行业与上下游行业的关联性
 - 2.4.1 行业产业链概述
 - 2.4.2 上游产业分布
 - 2.4.3 下游产业分布

第三章 2014-2016年中国耳机行业发展环境分析

- 3.1 耳机行业政治法律环境（P）
 - 3.1.1 行业主管部门分析

- 3.1.2 行业监管体制分析
- 3.1.3 行业主要法律法规
- 3.1.4 相关产业政策分析
- 3.1.5 行业相关发展规划
- 3.1.6 政策环境对行业的影响
- 3.2 耳机行业经济环境分析（E）
 - 3.2.1 宏观经济形势分析
 - 3.2.2 宏观经济环境对行业的影响分析
- 3.3 耳机行业社会环境分析（S）
 - 3.3.1 耳机产业社会环境
 - 3.3.2 社会环境对行业的影响
- 3.4 耳机行业技术环境分析（T）
 - 3.4.1 耳机技术分析
 - （1）技术水平总体发展情况
 - （2）中国耳机行业新技术研究
 - 3.4.2 耳机技术发展水平
 - （1）中国耳机行业技术水平所处阶段
 - （2）与国外耳机行业的技术差距
 - 3.4.3 行业主要技术发展趋势
 - 3.4.4 技术环境对行业的影响

第四章 全球耳机行业发展概述

4.1 2014-2016年全球耳机行业发展情况概述

4.1.1 全球耳机行业发展现状

2015 全球耳机出货占比（分地域，不含手机附带耳机）

2015 全球耳机出货占比（分类型，不含手机附带耳机）

目前，主要的耳机厂商均在国外，美国：高斯（KOSS）、歌德（GRADO）、SHURE（舒尔）、ALESSANDRO（爱丽丝）和 ETYMOTIC（音特美）五大品牌；日本：铁三角（AUDIO-TECHNICA）、STAX 和索尼三大品牌；德国：拜亚动力（BEYERDYNAMIC）、森海塞尔（SENNHEISER）、MB QUART（德国歌德）等品牌；其他欧洲品牌有奥地利 AKG、丹麦的 Jabra、荷兰的 PHILIPS、瑞士的 ERGO 等。索尼是世界上最大的耳机厂商，市场份额为

17%，苹果及其子品牌 Beats 市场份额为 11%。索尼和苹果占到耳机市场营收的 47%，Beats 和 Bose 占到高端耳机市场的 40%。

全球主要耳机产商及其定位

4.1.2 全球耳机行业发展特征

4.1.3 全球耳机行业市场规模

4.2 2014-2016年全球主要国家（地区）耳机行业发展状况

4.2.1 美国

- (1) 美国耳机行业发展历程分析
- (2) 美国耳机行业运营模式分析
- (3) 美国耳机行业发展趋势预测
- (4) 美国耳机行业对我国的启示

4.2.2 英国

- (1) 英国耳机行业发展历程分析
- (2) 英国耳机行业运营模式分析
- (3) 英国耳机行业发展趋势预测
- (4) 英国耳机行业对我国的启示

4.2.3 日本

- (1) 日本耳机行业发展历程分析
- (2) 日本耳机行业运营模式分析
- (3) 日本耳机行业发展趋势预测
- (4) 日本耳机行业对我国的启示

4.2.4 韩国

- (1) 韩国耳机行业发展历程分析
- (2) 韩国耳机行业运营模式分析
- (3) 韩国耳机行业发展趋势预测
- (4) 韩国耳机行业对我国的启示

4.3 2017-2022年全球耳机行业发展前景预测

4.3.1 全球耳机行业市场规模预测

4.3.2 全球耳机行业发展前景分析

4.3.3 全球耳机行业发展趋势分析

4.4 全球耳机行业重点企业发展动态分析

第五章 中国耳机行业发展概述

5.1 中国耳机行业发展状况分析

- 5.1.1 中国耳机行业发展阶段
- 5.1.2 中国耳机行业发展总体概况
- 5.1.3 中国耳机行业发展特点分析
- 5.2 2014-2016年耳机行业发展现状
 - 5.2.1 2014-2016年中国耳机行业市场规模
 - 5.2.2 2014-2016年中国耳机行业发展分析
 - 5.2.3 2014-2016年中国耳机企业发展分析
- 5.3 2017-2022年中国耳机行业面临的困境及对策
 - 5.3.1 中国耳机行业面临的困境及对策
 - (1) 中国耳机行业面临困境
 - (2) 中国耳机行业对策探讨
 - 5.3.2 中国耳机企业发展困境及策略分析
 - (1) 中国耳机企业面临的困境
 - (2) 中国耳机企业的对策探讨
 - 5.3.3 国内耳机企业的出路分析

第六章 中国耳机行业市场运行分析

- 6.1 2014-2016年中国耳机行业总体规模分析
 - 6.1.1 企业数量结构分析
 - 6.1.2 人员规模状况分析
 - 6.1.3 行业资产规模分析
 - 6.1.4 行业市场规模分析
- 6.2 2014-2016年中国耳机行业产销情况分析
 - 6.2.1 中国耳机行业工业总产值
 - 6.2.2 中国耳机行业工业销售产值
 - 6.2.3 中国耳机行业产销率
- 6.3 2014-2016年中国耳机行业市场供需分析
 - 6.3.1 中国耳机行业供给分析
 - 6.3.2 中国耳机行业需求分析
 - 6.3.3 中国耳机行业供需平衡
- 6.4 2014-2016年中国耳机行业财务指标总体分析
 - 6.4.1 行业盈利能力分析
 - 6.4.2 行业偿债能力分析
 - 6.4.3 行业营运能力分析
 - 6.4.4 行业发展能力分析

第七章 中国耳机行业细分市场分析

7.1 耳机行业细分市场概况

7.1.1 市场细分充分程度

7.1.2 市场细分发展趋势

7.1.3 市场细分战略研究

7.1.4 细分市场结构分析

7.2 蓝牙立体声耳机

7.2.1 市场发展现状概述

7.2.2 行业市场规模分析

7.2.3 行业市场需求分析

7.2.4 产品市场潜力分析

7.3 游戏耳机

7.3.1 市场发展现状概述

7.3.2 行业市场规模分析

7.3.3 行业市场需求分析

7.3.4 产品市场潜力分析

7.4 降噪耳机

7.4.1 市场发展现状概述

7.4.2 行业市场规模分析

7.4.3 行业市场需求分析

7.4.4 产品市场潜力分析

7.5 头戴式耳机

7.5.1 市场发展现状概述

7.5.2 行业市场规模分析

7.5.3 行业市场需求分析

7.5.4 产品市场潜力分析

7.6 无线耳机

7.6.1 市场发展现状概述

7.6.2 行业市场规模分析

7.6.3 行业市场需求分析

7.6.4 产品市场潜力分析

7.7 建议

7.7.1 细分市场研究结论

7.7.2 细分市场建议

第八章 中国耳机行业进出口数据分析

8.1 2014-2016年耳机进口情况分析

8.1.1 进口数量情况分析

8.1.2 进口金额变化分析

8.1.3 进口来源地区分析

8.1.4 进口价格变动分析

8.2 2014-2016年耳机出口情况分析

8.2.1 出口数量情况

8.2.2 出口金额变化分析

8.2.3 出口国家流向分析

8.2.4 出口价格变动分析

8.3 2017-2022年耳机进出口预测

8.3.1 2017-2022年耳机进出口趋势预测

8.3.2 2017-2022年耳机进口预测

8.3.3 2017-2022年耳机出口预测

第九章 中国耳机行业上、下游产业链分析

9.1 耳机行业产业链概述

9.1.1 产业链定义

9.1.2 耳机行业产业链

9.2 耳机行业主要上游产业发展分析

9.2.1 上游产业发展现状

9.2.2 上游产业供给分析

9.2.3 上游供给价格分析

9.2.4 主要供给企业分析

9.3 耳机行业主要下游产业发展分析

9.3.1 下游产业发展现状

9.3.2 下游产业需求分析

9.3.3 下游主要需求企业分析

9.3.4 下游最具前景产品/行业分析

第十章 中国耳机行业市场竞争格局分析

10.1 中国耳机行业竞争格局分析

10.1.1 耳机行业区域分布格局

- 10.1.2 耳机行业企业规模格局
- 10.1.3 耳机行业企业性质格局
- 10.2 中国耳机行业竞争五力分析
 - 10.2.1 耳机行业上游议价能力
 - 10.2.2 耳机行业下游议价能力
 - 10.2.3 耳机行业新进入者威胁
 - 10.2.4 耳机行业替代产品威胁
 - 10.2.5 耳机行业现有企业竞争
- 10.3 中国耳机行业竞争SWOT分析
 - 10.3.1 耳机行业优势分析（S）
 - 10.3.2 耳机行业劣势分析（W）
 - 10.3.3 耳机行业机会分析（O）
 - 10.3.4 耳机行业威胁分析（T）
- 10.4 中国耳机行业投资兼并重组整合分析
 - 10.4.1 投资兼并重组现状
 - 10.4.2 投资兼并重组案例
- 10.5 中国耳机行业重点企业竞争策略分析

第十一章 中国耳机行业领先企业竞争力分析

- 11.1 森海塞尔电子（北京）有限公司
 - 11.1.1 企业发展基本情况
 - 11.1.2 企业主要产品分析
 - 11.1.3 企业竞争优势分析
 - 11.1.4 企业经营状况分析
 - 11.1.5 企业最新发展动态
 - 11.1.6 企业发展战略分析
- 11.2 铁三角（大中华）有限公司
 - 11.2.1 企业发展基本情况
 - 11.2.2 企业主要产品分析
 - 11.2.3 企业竞争优势分析
 - 11.2.4 企业经营状况分析
 - 11.2.5 企业最新发展动态
 - 11.2.6 企业发展战略分析
- 11.3 必咨贸易（上海）有限公司
 - 11.3.1 企业发展基本情况

11.3.2 企业主要产品分析

11.3.3 企业竞争优势分析

11.3.4 企业经营状况分析

11.3.5 企业最新发展动态

11.3.6 企业发展战略分析

11.4 索尼（中国）有限公司

11.4.1 企业发展基本情况

11.4.2 企业主要产品分析

11.4.3 企业竞争优势分析

11.4.4 企业经营状况分析

11.4.5 企业最新发展动态

11.4.6 企业发展战略分析

11.5 深圳市漫步者科技股份有限公司

11.5.1 企业发展基本情况

11.5.2 企业主要产品分析

11.5.3 企业竞争优势分析

11.5.4 企业经营状况分析

11.5.5 企业最新发展动态

11.5.6 企业发展战略分析

11.6 AKG爱科技中国有限公司

11.6.1 企业发展基本情况

11.6.2 企业主要产品分析

11.6.3 企业竞争优势分析

11.6.4 企业经营状况分析

11.6.5 企业最新发展动态

11.6.6 企业发展战略分析

11.7 广东硕美科实业有限公司

11.7.1 企业发展基本情况

11.7.2 企业主要产品分析

11.7.3 企业竞争优势分析

11.7.4 企业经营状况分析

11.7.5 企业最新发展动态

11.7.6 企业发展战略分析

11.8 海能达通信股份有限公司

11.8.1 企业发展基本情况

- 11.8.2 企业主要产品分析
- 11.8.3 企业竞争优势分析
- 11.8.4 企业经营状况分析
- 11.8.5 企业最新发展动态
- 11.8.6 企业发展战略分析
- 11.9 深圳市奋达科技股份有限公司
- 11.9.1 企业发展基本情况
- 11.9.2 企业主要产品分析
- 11.9.3 企业竞争优势分析
- 11.9.4 企业经营状况分析
- 11.9.5 企业最新发展动态
- 11.9.6 企业发展战略分析
- 11.10 歌尔声学股份有限公司
- 11.10.1 企业发展基本情况
- 11.10.2 企业主要产品分析
- 11.10.3 企业竞争优势分析
- 11.10.4 企业经营状况分析
- 11.10.5 企业最新发展动态
- 11.10.6 企业发展战略分析

第十二章 2017-2022年中国耳机行业发展趋势与前景分析

- 12.1 2017-2022年中国耳机市场发展前景
 - 12.1.1 2017-2022年耳机市场发展潜力
 - 12.1.2 2017-2022年耳机市场发展前景展望
 - 12.1.3 2017-2022年耳机细分行业发展前景分析
- 12.2 2017-2022年中国耳机市场发展趋势预测
 - 12.2.1 2017-2022年耳机行业发展趋势
 - 12.2.2 2017-2022年耳机市场规模预测
 - 12.2.3 2017-2022年耳机行业应用趋势预测
 - 12.2.4 2017-2022年细分市场发展趋势预测
- 12.3 2017-2022年中国耳机行业供需预测
 - 12.3.1 2017-2022年中国耳机行业供给预测
 - 12.3.2 2017-2022年中国耳机行业需求预测
 - 12.3.3 2017-2022年中国耳机供需平衡预测
- 12.4 影响企业生产与经营的关键趋势

12.4.1 行业发展有利因素与不利因素

12.4.2 市场整合成长趋势

12.4.3 需求变化趋势及新的商业机遇预测

12.4.4 企业区域市场拓展的趋势

12.4.5 科研开发趋势及替代技术进展

12.4.6 影响企业销售与服务方式的关键趋势

第十三章 2017-2022年中国耳机行业投资前景

13.1 耳机行业投资现状分析

13.1.1 耳机行业投资规模分析

13.1.2 耳机行业投资资金来源构成

13.1.3 耳机行业投资项目建设分析

13.1.4 耳机行业投资资金用途分析

13.1.5 耳机行业投资主体构成分析

13.2 耳机行业投资特性分析

13.2.1 耳机行业进入壁垒分析

13.2.2 耳机行业盈利模式分析

13.2.3 耳机行业盈利因素分析

13.3 耳机行业投资机会分析

13.3.1 产业链投资机会

13.3.2 细分市场投资机会

13.3.3 重点区域投资机会

13.3.4 产业发展的空白点分析

13.4 耳机行业投资风险分析

13.4.1 耳机行业政策风险

13.4.2 宏观经济风险

13.4.3 市场竞争风险

13.4.4 关联产业风险

13.4.5 产品结构风险

13.4.6 技术研发风险

13.4.7 其他投资风险

13.5 耳机行业投资潜力与建议

13.5.1 耳机行业投资潜力分析

13.5.2 耳机行业最新投资动态

13.5.3 耳机行业投资机会与建议

第十四章 2017-2022年中国耳机企业投资战略与客户策略分析

14.1 耳机企业发展战略规划背景意义

14.1.1 企业转型升级的需要

14.1.2 企业做大做强的需要

14.1.3 企业可持续发展需要

14.2 耳机企业战略规划制定依据

14.2.1 国家政策支持

14.2.2 行业发展规律

14.2.3 企业资源与能力

14.2.4 可预期的战略定位

14.3 耳机企业战略规划策略分析

14.3.1 战略综合规划

14.3.2 技术开发战略

14.3.3 区域战略规划

14.3.4 产业战略规划

14.3.5 营销品牌战略

14.3.6 竞争战略规划

14.4 耳机中小企业发展战略研究

14.4.1 中小企业存在主要问题

- (1) 缺乏科学的发展战略
- (2) 缺乏合理的企业制度
- (3) 缺乏现代的企业管理
- (4) 缺乏高素质的专业人才
- (5) 缺乏充足的资金支撑

14.4.2 中小企业发展战略思考

- (1) 实施科学的发展战略
- (2) 建立合理的治理结构
- (3) 实行严明的企业管理
- (4) 培养核心的竞争实力
- (5) 构建合作的企业联盟

第十五章 研究结论及建议

15.1 研究结论

15.2 建议

15.2.1 行业发展策略建议

15.2.2 行业投资方向建议

15.2.3 行业投资方式建议

图表目录：

图表：耳机行业特点

图表：耳机行业生命周期

图表：耳机行业产业链分析

图表：2014-2016年耳机行业市场规模分析

图表：2017-2022年耳机行业市场规模预测

图表：中国耳机行业盈利能力分析

图表：中国耳机行业运营能力分析

图表：中国耳机行业偿债能力分析

图表：中国耳机行业发展能力分析

图表：中国耳机行业经营效益分析

图表：2014-2016年耳机重要数据指标比较

图表：2014-2016年中国耳机行业销售情况分析

图表：2014-2016年中国耳机行业利润情况分析

图表：2014-2016年中国耳机行业资产情况分析

图表：2014-2016年中国耳机竞争力分析

图表：2017-2022年中国耳机产能预测

图表：2017-2022年中国耳机消费量预测

图表：2017-2022年中国耳机市场前景预测

图表：2017-2022年中国耳机市场价格走势预测

图表：2017-2022年中国耳机发展前景预测

图表：投资建议

图表：区域发展战略规划

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/295508.html>