

2016-2022年中国电子音响市场分析及投资策略研究报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2016-2022年中国电子音响市场分析及投资策略研究报告》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/188341.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

经过 30 年来的高速发展，中国音响行业取得了长足的发展，目前中国已经发展成为世界音响设备的生产和出口大国。根据中国电子音响行业协会统计，自 1999 年开始，我国主要电子音响产品产值以平均每年超过 30% 的速度增长，至 2006 年，产值已达 2,069 亿元。但是，受到用工成本增加、原材料价格上涨、人民币汇率波动等因素综合影响，我国主要电子音响产品产值增速从 2006 年开始放缓，在 2014 年以前行业总体处于低速调整期。2014 年，由于国际市场的复苏和我国居民收入增长较快、网络零售保持旺盛，国内国际市场均取得了良好的发展，行业复苏态势明显。2014 年我国主要电子音响产品总产值约为 2,774 亿元，比 2013 年增长 15.54%。

2006-2014 年我国主要电子音响产品总产值 资料来源：艾凯咨询网整理

全球电子音响行业的市场情况直接影响我国电子音响行业的出口。受全球电子音响行业低速增长的影响，我国电子音响出口额在 2007 至 2009 年期间出现负增长的情况。之后，随着国际电子音响市场企稳回升，我国电子音响出口额才恢复增长。2014 年我国主要电子音响产品出口总额为 298.4 亿美元。

2006-2014 年中国主要电子音响产品出口总额 资料来源：艾凯咨询网整理

近年来，随着产品更新换代，多媒体音响、汽车音响等产品成为电子音响行业发展的重点和热点。

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 电子音响行业相关概述

第一节 电子音响行业相关概述

一、产品概述

音响是指除了人的语言、音乐之外的其他声响，包括自然环境的声响、动物的声音、机器工具的音响、人的动作发出的各种声音等。音响系统包括功放、周边设备（包括压限器、效果器、均衡器、VCD、DVD 等）、扬声器（音箱、喇叭）调音台、麦克风、显示设备等组合。

音响技术的发展历史可以分为电子管、晶体管、集成电路、场效应管四个阶段。

1906 年美国德福雷斯特发明了真空三极管，开创了人类电声技术的先河。1927 年贝尔实验室发明了负反馈技术，使音响技术的发展进入了一个崭新的时代，比较有代表性的如威

廉逊放大器，较成功地运用了负反馈技术，使放大器的失真度大大降低。20 世纪 50 年代，电子管放大器的发展达到了一个高潮时期，各种电子管放大器层出不穷。由于电子管放大器音色甜美、圆润，至今仍为发烧友所偏爱。

20 世纪 60 年代晶体管的出现，使广大音响爱好者进入了一个更为广阔的音响天地。晶体管放大器具有细腻动人的音色、较低的失真、较宽的频响及动态范围等特点。

20 世纪 60 年代初，美国首先推出音响技术中的新成员——集成电路，到了 70 年代初，集成电路以其质优价廉、体积小、功能多等特点，逐步被音响界所认识。发展至今，厚膜音响集成电路、运算放大集成电路被广泛用于音响电路。

20 世纪 70 年代中期，日本生产出第一只场效应功率管。由于场效应功率管同时具有电子管纯厚、甜美的音色，以及动态范围达 90dB、总谐波失真 THD<0.01%(100kHz 时)的特点，很快在音响界流行。现今的许多放大器中都采用了场效应管作为末级输出。

随着数码产品如电脑、手机等的不断普及，音响行业也紧跟脚步，研发出与电脑、手机配套的新产品，精致小巧、便于携带，使用的时候通过蓝牙、无线连接等。总体来说，音响行业的发展趋势是数字化、集成化、小型化。目前，市场在售的音响除了具备传统的影音功能外，有些产品还增加了收音机功能、高清晰度多媒体接口（HDMI）等。随着网络化的快速发展，USB 接口、蓝牙及 WiFi 等无线连接方式也成为众多产品的必备功能之一。

二、产品性能

三、产品用途

第二节 电子音响行业发展历程分析

我国电子音响行业起步于 1979

年，经过三十多年的快速发展，目前中国已经成为世界音响设备的生产和出口大国。20 世纪 90 年代以来，信息产业迅速发展，多媒体技术以及音源设备不断推陈出新，音响的应用领域不断拓宽，特别是随着人们生活、消费水平的提高，电脑和互联网不断普及，音响市场空间随之上升，需求量保持在较高水平。

目前，国内电子音响设备制造行业由于市场品牌集中度尚低，行业内竞争形势较为严峻，用户对选购产品的品牌和技术有了更加明确和严格的要求，行业内优胜劣汰的进程越发明显。国内电子音响设备制造行业的发展趋势已经明朗，即技术为纲，树立品牌，不断积累，不断创新的企业方能获得较为优势的地位。

电子音响行业主要产品包括音箱（含有源音箱、专业音响等）、组合音响（含家庭影院等）、汽车多媒体音响（含导航设备）、功放、耳机（耳塞）、光盘播放机（含 CD 机、VCD 机、DVD 机、蓝光机等）、麦克风、电子乐器、收音机、录音机（含 MP3、MP4、随身听等）等多种整机产品以及关键配套件（机芯、光学头、磁头、微电机、音响集成电路等）。

电子音响产品分类：

第二章 2015-2016年世界电子音响行业市场运行形势分析

第一节 2015-2016年世界电子音响行业运行环境分析

一、北美地区经济发展形势分析

二、欧洲地区经济发展形势分析

三、亚洲地区经济发展形势分析

四、全球经济总体发展形势分析

五、全球经济政策对电子音响行业的发展影响分析

第二节 2015-2016年全球电子音响行业发展概况分析

据统计，全球电子音响市场产值从 2009 年至2014 年整体规模呈增长趋势，但由于全球经济在 2008 年经济危机后复苏缓慢，除 2010 年实现较高增速外，其余年度增速均为个位数。2014 年全球电子音响行业产值约为 4,844 亿元。

2009-2014年全球电子音响行业产值 资料来源：艾凯咨询网整理

全球电子音响品牌主要集中在欧美发达国家和地区。全球电子音响生产企业主要集中在中 国、越南、巴西等发展中国家，欧美、台湾等发达国家和地区也有部分产能。

从出口国际市场的角度看，发展中国家音响生产企业对国际市场的依存度较高，约占全行业销售收入的70%，且出口市场主要集中在美国、日本等国家和地区，共占出口总额的50%左右。虽然行业发展程度与出口集中度水平两者并无明显联系，且经济发达、市场成熟的国家出口稳定性明显高于发展中国家，但出口市场过于集中降低了行业抵抗风险的能力。美国次贷危机引发的国际金融危机爆发后，欧美等国家和地区个人消费支出随即收缩，从而对电子音响行业的出口影响较大。同时，欧美等地为贸易摩擦高发地区，出口市场集中于此使企业出口风险相对较高。

第三节 2015-2016年世界电子音响行业发展走势分析

一、全球电子音响行业市场分布情况分析

二、全球电子音响行业发展新机遇分析

第四节 全球电子音响行业重点国家和地区分析

一、北美地区

二、亚洲地区

三、其他地区

第三章 2015-2016年电子音响行业发展环境分析

第一节 2015-2016年中国经济环境分析

一、国民经济运行情况GDP

二、消费价格指数CPI、PPI

三、全国居民收入情况

四、恩格尔系数

五、工业发展形势

六、固定资产投资情况

七、财政收支状况

八、中国汇率调整

九、货币供应量

十、中国外汇储备

十一、存贷款基准利率调整情况

十二、存款准备金率调整情况

十三、社会消费品零售总额

十四、对外贸易&进出口

十五、城镇人员从业状况

第二节 2015-2016年电子音响产业政策环境变化及影响分析

一、行业主要监管体制分析

二、行业相关法律法规分析

第三节 2015-2016年电子音响产业社会环境变化及影响分析

第四节 2015-2016年电子音响产业技术环境变化及影响分析

第四章 2013-2015年中国电子音响市场供需分析

第一节 中国电子音响市场供给状况

一、2009-2015年中国电子音响产量分析

二、2016-2022年中国电子音响产量预测

第二节 中国电子音响市场需求状况

一、2009-2015年中国电子音响需求分析

二、2016-2022年中国电子音响需求预测

第三节 2009-2015年中国电子音响市场价格分析

第五章 2013-2015年中国电子音响制造所属行业监测数据分析

第一节 2013-2015年中国电子音响制造行业数据监测回顾

一、竞争企业数量

二、亏损面情况

三、市场销售额增长

四、利润总额增长

五、投资资产增长性

六、工业总产值变动趋势

第二节 2013-2015年中国电子音响制造行业投资价值测算

一、销售利润率

二、销售毛利率

三、资产利润率

四、未来几年电子音响制造盈利能力预测

第三节 2013-2015年中国电子音响制造行业成本费用分析

一、成本费用结构变动趋势

二、销售成本分析

三、销售费用分析

四、管理费用分析

五、财务费用分析

第四节 2013-2015年电子音响制造出口货值数据

一、出口交货值增长

二、出口交货值占工业产值的比重

第六章 中国电子音响行业产业链分析

第一节 电子音响行业产业链概述

电子音响行业的上游行业为变压器、扬声器软硬件、线材、塑胶原料、中密度板、纸箱、防震材料、集成块等生产企业，下游行业为代理经销商、零售商、家电连锁商超和网络商城等销售渠道。上、下游行业的发展经营情况与电子音响行业有较大的关联性。

电子音响产业链 资料来源：艾凯咨询网整理

第二节 电子音响上游产业发展状况分析

一、上游原料市场发展现状

二、上游原料生产情况分析

三、上游原料价格走势分析

第三节 电子音响下游应用需求市场分析

一、行业发展现状分析

二、行业生产情况分析

三、行业需求状况分析

四、行业需求前景分析

第七章 2010-2015年电子音响进出口数据分析

第一节 2010-2015年电子音响进口情况分析

一、进口数量情况分析

二、进口金额变化分析

第二节 2010-2015年电子音响出口情况分析

一、出口数量情况

二、出口金额变化分析

第八章 2015-2016年国内电子音响生产厂商竞争力分析

第一节 企业一分析

一、企业简介

二、经营情况分析

(1) 企业主要经济指标

(2) 企业偿债能力分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业运营能力分析

三、企业竞争优势分析

四、企业主要经营业务分析

五、企业发展最新动态及未来发展分析

第二节 企业二分析

一、企业简介

二、经营情况分析

(1) 企业主要经济指标

(2) 企业偿债能力分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业运营能力分析

三、企业竞争优势分析

四、企业主要经营业务分析

五、企业发展最新动态及未来发展分析

第三节 企业三分析

一、企业简介

二、经营情况分析

(1) 企业主要经济指标

(2) 企业偿债能力分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业运营能力分析

三、企业竞争优势分析

四、企业主要经营业务分析

五、企业发展最新动态及未来发展分析

第四节 企业四分析

一、企业简介

二、经营情况分析

（1）企业主要经济指标

（2）企业偿债能力分析

（3）企业盈利能力分析

（4）企业运营能力分析

三、企业竞争优势分析

四、企业主要经营业务分析

五、企业发展最新动态及未来发展分析

第五节 企业五分析

一、企业简介

二、经营情况分析

（1）企业主要经济指标

（2）企业偿债能力分析

（3）企业盈利能力分析

（4）企业运营能力分析

三、企业竞争优势分析

四、企业主要经营业务分析

五、企业发展最新动态及未来发展分析

第六节 企业六分析

一、企业简介

二、经营情况分析

（1）企业主要经济指标

（2）企业偿债能力分析

（3）企业盈利能力分析

（4）企业运营能力分析

三、企业竞争优势分析

四、企业主要经营业务分析

五、企业发展最新动态及未来发展分析

.....

第九章 2016-2022年中国电子音响行业发展趋势与前景分析

第一节 2016-2022年中国电子音响行业投资前景分析

一、电子音响行业存在的问题

二、电子音响发展趋势分析

三、电子音响市场前景分析

第二节 2016-2022年中国电子音响行业投资风险分析

一、产业政策分析

二、原材料风险分析

三、市场竞争风险

四、技术风险分析

第三节 2016-2022年电子音响行业投资策略及建议

第十章 电子音响企业投资战略与客户策略分析

第一节 电子音响企业发展战略规划背景意义

一、企业转型升级的需要

二、企业强做大做的需要

三、企业可持续发展需要

第二节 电子音响企业战略规划制定依据

一、国家产业政策

二、行业发展规律

三、企业资源与能力

四、可预期的战略定位

第三节 电子音响企业战略规划策略分析

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、区域战略规划

四、产业战略规划

五、营销品牌战略

六、竞争战略规划

第四节 电子音响企业重点客户战略实施

一、重点客户战略的必要性

二、重点客户的鉴别与确定

三、重点客户的开发与培育

四、重点客户市场营销策略

图表目录：

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2015年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2015年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2016-2022年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2016-2022年中国GDP增速预测

图表：电子音响行业产业链

图表：2011-2015年我国电子音响行业企业数量增长趋势图

图表：2011-2015年我国电子音响行业亏损企业数量增长趋势图

图表：2011-2015年我国电子音响行业从业人数增长趋势图

图表：2011-2015年我国电子音响行业资产规模增长趋势图

图表：2011-2015年我国电子音响行业产成品增长趋势图

图表：2011-2015年我国电子音响行业工业销售产值增长趋势图

图表：2011-2015年我国电子音响行业销售成本增长趋势图

图表：2011-2015年我国电子音响行业费用使用统计图

图表：2011-2015年我国电子音响行业主要盈利指标统计图

图表：2011-2015年我国电子音响行业主要盈利指标增长趋势图

图表：企业1

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业2

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业3

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业4

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业5

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业6

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：其他企业.....

图表：主要经济指标走势图

图表：2011-2015年电子音响行业市场供给

图表：2011-2015年电子音响行业市场需求

图表：2011-2015年电子音响行业市场规模

图表：电子音响所属行业生命周期判断

图表：电子音响所属行业区域市场分布情况

图表：2016-2022年中国电子音响行业市场规模预测

图表：2016-2022年中国电子音响行业供给预测

图表：2016-2022年中国电子音响行业需求预测

图表：2016-2022年中国电子音响行业价格指数预测

图表：.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/188341.html>