

2012-2016年中国汽车音响市场运营态势及投资趋势研究报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2012-2016年中国汽车音响市场运营态势及投资趋势研究报告》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/119285.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

第一章、汽车音响相关概述

第一节、汽车音响概述

- 一、汽车音响的特点分析
- 二、汽车音响与家庭音响的不同
- 三、汽车音响的升级

第二节、汽车音响的分类

- 一、按汽车出厂时的时间分
- 二、按汽车音响品牌的地域分
- 三、按汽车音响厂家生产专一性分

第三节、汽车音响的组成部分

- 一、主机
- 二、功放（功率放大器）
- 三、扬声器
- 四、其他部分

第二章、汽车电子市场的发展分析

第一节、国际汽车电子市场概况

- 一、全球主要汽车电子产品综述
- 二、国际汽车电子市场发展状况
- 三、国外电子产品占汽车成本的比例不断提高

第二节、中国汽车电子行业发展概述

- 一、中国汽车电子产业发展特点
- 二、我国汽车电子行业发展迅猛的原因分析
- 三、中国汽车电子产业标准化发展进入新阶段
- 四、我国新能源汽车电子产业亟待发展

第三节、2009-2011年中国汽车电子市场发展分析

- 一、2009年我国汽车电子市场运行简述
- 二、2009年我国汽车电子市场结构分析
- 三、2010年中国汽车电子市场发展迅猛
- 四、2011年我国汽车电子市场发展形势解析

第四节、中国汽车电子市场发展存在的问题

- 一、中国汽车电子市场存在的挑战
- 二、我国汽车电子行业发展面临市场失衡的困难
- 三、国产汽车电子自主创新能力有待加强

四、制约中国汽车电子产业发展的主要因素

第五节、中国汽车电子市场发展策略及建议

一、我国汽车电子产业发展壮大的基本对策

二、打造本土汽车电子产业链需加强各方合作

三、全球化趋势下我国汽车电子产业链的构建

四、中国汽车电子产业专项规划的构思

第三章、汽车音响行业发展分析

第一节、世界汽车音响市场发展概况

一、全球汽车高端音响市场发展迅速

二、美式汽车音响

三、高保真欧洲汽车音响

四、发展迅速的日本汽车音响

第二节、中国汽车音响产业运行概况

一、中国汽车音响业发展概况

二、我国汽车音响展露普及化苗头

三、我国汽车音响业的专用化分析

四、惠州成中国汽车音响生产中心

五、中国车载音响配置发展分析

第三节、中国汽车音响改装行业发展概况

一、我国主要地区汽车音响改装发展分析

二、汽车音响改装市场的人才问题及解决对策

三、我国汽车音响改装市场发展空间广

第四节、中国汽车音响产业发展中存在的问题

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、中国中小汽车音响企业面临的困境

四、汽车音响的销售困难分析

第五节、中国汽车音响业的发展策略

一、汽车音响产业发展战略分析

二、中国汽车音响产业的经营对策

三、进入我国汽车音响业的发展建议

四、完善中国汽车行业法律法规的思路

第四章、中国汽车音响市场发展分析

第一节、中国汽车音响市场发展综况

一、汽车音响系统主要厂家市场占有情况

二、中国汽车音响市场总体经营数据分析

三、我国汽车音响市场规模稳定增长

四、我国汽车音响市场消费状况

第二节、中国汽车音响进出口分析

一、我国汽车音响进口规模概况

二、我国汽车音响进口金额简况

三、我国汽车音响出口规模分析

四、我国汽车音响出口金额发展状况

第三节、中国汽车音响消费者满意度分析

一、产品消费状况

二、消费者认知度

三、消费者信息渠道

四、消费者购买原因及参考因素

第五章、汽车音响产业竞争态势分析

第一节、国外企业抢占中国汽车音响市场形势

一、外资品牌强势进入中国汽车音响市场

二、日企携手声望音响进一步抢占中国汽车音响市场

三、2012年哈曼于成都设立汽车音响研发中心

第二节、中国汽车音响市场竞争状况

一、中国汽车音响市场竞争格局

二、我国汽车音响品牌的竞争优势分析

三、我国汽车音响企业在国外品牌高竞争下发展

第三节、中国汽车音响企业竞争策略分析

一、加强我国汽车音响企业竞争力对策

二、国内汽车音响企业提升自身竞争力的对策

三、我国汽车音响企业应树立争当主角的信心

四、汽车音响企业应对价格竞争的策略

第六章、汽车音响市场营销分析

第一节、汽车音响市场营销概况

一、汽车音响市场营销行为亟待规范

二、汽车音响营销渠道存在病变

三、汽车音响网络营销模式发展思考

四、雷诺汽车音响营销新模式借鉴

第二节、汽车音响企业品牌营销战略分析

一、渠道多样化引发多品牌策略

二、音响企业多品牌策略的利弊透析

三、汽车音响企业的品牌策略选择

第三节、汽车音响改装市场经营分析

一、网络营销成汽车音响改装业发展的利器

二、技术联盟模式助汽车音响改装市场快速发展

三、我国汽车音响改装市场存在的经营问题浅析

四、汽车音响改装市场终端营销策略

第七章、汽车音响主要组成部分介绍

第一节、主机

一、主机的细分

二、主机的参数

三、主机的主要技术

第二节、功放

一、功放的主要性能

二、功放的分类

三、功放的基本设置功能

四、国内汽车音响功放IC市场需求扩大

第三节、扬声器

一、扬声器的作用

二、扬声器的种类

三、扬声器的主要指标

四、中国汽车扬声器市场发展状况

第八章、国内外重点汽车音响企业分析

第一节、ROCKFORD CORPORATION

一、公司简介

二、2009年Rockford Corporation经营状况分析

三、2010年Rockford Corporation经营状况分析

四、2011年Rockford Corporation经营状况分析

第二节、ALPINE（阿尔派）

一、公司介绍

二、2009年阿尔派经营状况分析

三、2010年阿尔派经营状况分析

四、2011年阿尔派经营状况分析

第三节、BOSTON ACOUSTICS（波士顿声学）

一、公司简介

二、波士顿声学发展新动态

第四节、北京爱德发高科技集团

一、公司简介

二、北京爱德发发展历程

三、2010年1-12月漫步者经营状况分析

四、2011年1-12月漫步者经营状况分析

五、2012年1-3月漫步者经营状况分析

第五节、深圳市航盛电子股份有限公司

一、公司简介

二、航盛电子发展的三大阶段

三、航盛电子的经营战略解析

四、航盛鹤壁汽车电子工业园破土开建

第六节、惠州华阳集团有限公司

一、公司介绍

二、华阳集团汽车电子业务发展状况

三、华阳集团发展战略分析

第七节、其他公司

一、Audio Control（美国奥迪欧）

二、MTX（美国澎湃）

三、JVC（日本杰伟世）

四、Pioneer（日本先锋）

五、Clarion（日本歌乐）

六、MACROM（英国曼琴）

七、Blaupunkt（德国蓝宝）

八、Focal&Co公司

九、惠威HiVi公司

第九章、汽车音响产业发展趋势预测

第一节、汽车音响发展前景分析

一、中国汽车音响市场发展展望

二、中国汽车音响行业未来机遇与危机并存

三、2012-2016年中国汽车音响行业预测分析

第二节、汽车音响业未来发展趋势分析

一、汽车音响业发展方向解析

二、中国汽车音响市场的四大趋势预测

三、汽车音响业的技术发展趋势剖析

附录

附录一：汽车改装法规规定

图表目录：

- 图表 全球汽车电子市场容量及增速
- 图表 全球汽车电子市场分类构成
- 图表 全球传统汽车市场平均每车电子含量
- 图表 2012-2014年全球传统汽车市场平均每车电子含量预测
- 图表 2005-2009年中国汽车电子市场规模及增长情况
- 图表 2005-2009年中国汽车电子类IC市场规模及增长情况
- 图表 2009年中国汽车电子市场应用结构
- 图表 2009年中国汽车电子市场产品结构
- 图表 2009年中国汽车电子市场品牌结构
- 图表 2006-2010年中国汽车电子销售情况
- 图表 2006-2010年中国汽车电子市场销售额趋势图
- 图表 2010年中国汽车电子细分产品销售额情况
- 图表 2010年中国汽车电子细分产品市场份额占比
- 图表 2010年中国汽车电子市场品牌结构
- 图表 2010年中国汽车电子厂商市场份额
- 图表 2010-2015年全球高端音响市场容量
- 图表 经济型汽车主流音响配置
- 图表 中档车主流音响配置
- 图表 中高级车主流音响配置
- 图表 高档豪车主流音响配置
- 图表 全球汽车音响系统主要厂家市场占有率
- 图表 2006-2010年中国汽车音响市场规模及其增速
- 图表 2006-2010年中国汽车音响前装、后装及零售市场规模
- 图表 2006-2010年我国汽车音响进口数量增长及变化情况
- 图表 2006-2010年我国汽车音响进口金额增长及变化情况
- 图表 2006-2010年我国汽车音响出口数量增长及变化情况
- 图表 2006-2010年我国汽车音响出口金额增长及变化情况
- 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 部分知名汽车音响企业在中国设厂情况

图表 2009年我国汽车音响厂商市场份额（按出货量）

图表 竞争力金字塔层次体系

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/119285.html>