

# 2014-2019年中国家用音响 市场监测及投资前景研究报告

## 报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

[www.bosidata.com](http://www.bosidata.com)

# 报告报价

《2014-2019年中国家用音响市场监测及投资前景研究报告》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.bosidata.com/dianqi1403/M46510XO67.html>

【报告价格】纸介版元 电子版元 纸介+电子元

【出版日期】2014-03-13

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

# 说明、目录、图表目录

## 报告说明:

博思数据发布的《2014-2019年中国家用音响市场监测及投资前景研究报告》共十二章。首先介绍了中国音响产业运行形势、中国家用音响产业运行环境等，接着分析了中国家用音响产业运行的现状，然后介绍了中国家用音响产业市场竞争格局。随后，报告对中国家用音响产业做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国家用音响产业发展趋势与投资预测。您若想对家用音响产业有个系统的了解或者想投资家用音响行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

微型化、数字化、专业化、影视化是家庭音响必然的发展趋势。

微型化音响。微型台式组合音响已有较长的发展史，在10多年前就已经出现高级超小型组合音响。但由于听音喇叭、立体声电唱机、录音卡座没有很好解决，所以一直停留在较低的档次上。为了创造小巧的音响世界，不但要从放大器、控制部件、左右音箱上下功夫，还得从调谐器、CD唱机和录音卡座方面一起考虑。

数字化音响。数字技术是一种新技术，所以数字音响在解决模拟音响噪声的失真问题时发展而成。音响采用了数字技术之后，记录的数字信号从取样频率到量化特性，有清晰的解像度，没有色抖动，得到是非常清晰的图像。而且可以和上位机互换，这与模拟录放像设备无法比拟。数字录音可以把时间、人名、地址一起录入带中，采用微型键盘来完成编目工作，更换曲目编号，再加上遥控功能，使你能够自动地搜索需要的曲目，使用方便。

影视听设备一体化。数字音响随着电声技术、影视技术、计算机技术的发展，它们在家庭中可以构成混然一体的多媒体影视音频系统。这样的系统，能听到各种在输入端增添各种需要的信号输入和功能转换，通过电脑处理就能使受众看到各种图像和听到各种声音。

## 第一章 2013年中国音响产业运行形势透析

### 第一节 2013年中国音响产业发展概况

#### 一、中国音响产业发展回顾

#### 二、中国音响市场特征分析

#### 三、音响产品购买者分析

### 第二节 2013年中国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

### 第三节 2013年中国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

## 第二章 2013年中国家用音响产业运行环境分析

### 第一节 国内宏观经济环境分析

- 一、GDP历史变动轨迹分析
- 二、固定资产投资历史变动轨迹分析
- 三、2014年中国宏观经济发展预测分析

### 第二节 2013年中国家用音响产业政策环境分析

- 一、《家用电器商品维修管理办法》
- 二、家用视听商品修理更换退货责任规定
- 三、进出口政策分析

### 第三节 2013年中国家用音响产业社会环境分析

## 第三章 2013年中国家用音响产业运行状况透析

### 第一节 2013年中国家用音响产业现状分析

- 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 2013年中国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 2013年中国家用音响产业发展存在的问题分析

## 第四章 2011-2013年中国家用音响设备制造行业数据监测分析

### 第一节 2011-2013年中国家用音响设备制造行业总体数据分析

#### 一、2011年中国家用音响设备制造行业全部企业数据分析

#### 二、2012年中国家用音响设备制造行业全部企业数据分析

#### 三、2013年中国家用音响设备制造行业全部企业数据分析

### 第二节 2011-2013年中国家用音响设备制造行业不同规模企业数据分析

#### 一、2011年中国家用音响设备制造行业不同规模企业数据分析

#### 二、2012年中国家用音响设备制造行业不同规模企业数据分析

#### 三、2013年中国家用音响设备制造行业不同规模企业数据分析

### 第三节 2011-2013年中国家用音响设备制造行业不同所有制企业数据分析

#### 一、2011年中国家用音响设备制造行业不同所有制企业数据分析

#### 二、2012年中国家用音响设备制造行业不同所有制企业数据分析

#### 三、2013年中国家用音响设备制造行业不同所有制企业数据分析

## 第五章 2013年中国家庭影院产业运行动态分析

### 第一节 2013年中国家庭影院产业发展概述

#### 一、家庭影院音响的特点

#### 二、家庭影院的形成与普及

#### 三、家庭影院的组成分析

#### 四、家庭影院的环绕声系统概况

### 第二节 2013年中国家庭影院发展分析

#### 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

### 第三节 2013年中国家庭影院音响市场供需分析

#### 一、需求分析

#### 二、供给分析

## 第六章 2013年中国家用音响产业市场营销及消费者调查

### 第一节 2013年中国家用音响市场消费概况

一、中国家用音响消费市场简析

二、家用音响消费观念发生转变

三、家用音响“更新”消费观念显现

## 第二节 2013年中国家用音响产业市场消费者调查分析

一、消费者是否喜欢听音乐

二、消费者平时花多少时间听音乐

三、消费者用什么听音乐

四、消费者听音乐一般在什么地方

五、消费者心目中便于移动音响的尺寸多大

六、消费者希望音响在哪一方面上有新的创新

七、消费者期望新一代音响应具有的功能

## 第三节 知名品牌音响营销案例

## 第七章 2011-2013年中国组合音响产量数据统计分析

### 第一节 2011-2012年中国组合音响产量数据分析

一、2011-2012年组合音响产量数据分析

二、2011-2012年组合音响重点省市数据分析

### 第二节 2013年中国组合音响产量数据分析

一、2013年全国组合音响产量数据分析

二、2013年组合音响重点省市数据分析

### 第三节 2013年中国组合音响产量增长性分析

一、产量增长

二、集中度变化

## 第八章 2013年中国家用音响产业市场竞争格局分析

### 第一节 2013年中国音响产业市场竞争现状分析

一、国外企业对中国音响市场的争夺

二、国内音响市场进入战国时代

三、中国音响市场呈现两极分化格局

四、技术和质量成音响业竞争焦点

### 第二节 2013年中国家用音响产业市场竞争分析

一、家用音响品牌竞争分析

## 二、家用音响行业竞争力分析

## 三、家用音响集中度分析

### 第三节 2013年中国家用音响产业提升竞争力策略分析

## 第九章 2013年世界知名品牌家庭音响产业分析

### 第一节 BOSE

### 第二节 波士顿

### 第三节 MTX

### 第四节 狮龙

### 第五节 JVC

### 第六节 天龙

### 第七节 马兰士

### 第八节 意大利世霸

## 第十章 2013年中国家用音响产业优势企业竞争性财务数据分析

### 第一节 新利实业（深圳）有限公司

#### 一、企业概况

#### 二、企业主要经济指标分析

#### 三、企业盈利能力分析

#### 四、企业偿债能力分析

#### 五、企业运营能力分析

#### 六、企业成长能力分析

### 第二节 大连阿尔派电子有限公司

#### 一、企业概况

#### 二、企业主要经济指标分析

#### 三、企业盈利能力分析

#### 四、企业偿债能力分析

#### 五、企业运营能力分析

#### 六、企业成长能力分析

### 第三节 四川湖山电子股份有限公司

#### 一、企业概况

#### 二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

#### 第四节 雅马哈电子（苏州）有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

#### 第五节 大东骏通（东莞）电子有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

#### 第六节 广州港钜电子实业有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

#### 第七节 深圳市漫步者科技股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析



## 第八节 惠州市金山电子有限公司

### 一、企业概况

### 二、企业主要经济指标分析

### 三、企业盈利能力分析

### 四、企业偿债能力分析

### 五、企业运营能力分析

### 六、企业成长能力分析

## 第九节 北京爱德发科技有限公司

### 一、企业概况

### 二、企业主要经济指标分析

### 三、企业盈利能力分析

### 四、企业偿债能力分析

### 五、企业运营能力分析

### 六、企业成长能力分析

## 第十节 广州飞达音响专业器材有限公司

### 一、企业概况

### 二、企业主要经济指标分析

### 三、企业盈利能力分析

### 四、企业偿债能力分析

### 五、企业运营能力分析

### 六、企业成长能力分析

## 第十一章 2014-2019年中国家用音响产业发展趋势预测分析

### 第一节 2014-2019年中国音响产业发展前景分析

#### 一、中国电子音响产品的发展趋势

#### 二、中国音响市场前景看好

#### 三、国内音响业将向集成化网络化转型

### 第二节 2014-2019年中国家用音响产业发展预测分析

#### 一、中国家用音响设备制造行业预测分析

#### 二、家用音响市场供给预测分析

#### 三、家用音响需求预测分析

### 第三节 2014-2019年中国家用音响产业市场盈利预测分析

## 第十二章 2014-2019年中国家用音响产业投资热点与风险分析

### 第一节 2014-2019年中国家用音响产业投资环境分析

- 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、日资音响企业扩大在中国市场投资

### 第二节 2014-2019年中国家用音响产业投资热点分析

- 一、迷你组合音响
- 二、影音一体化

### 第三节 2014-2019年中国家用音响产业投资风险分析

- 一、市场竞争风险分析
- 二、政策性风险分析
- 三、进入退出风险分析

### 第四节 博思数据投资建议

#### 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：2013年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2013年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2014年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2014年中国GDP增速预测

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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/dianqi1403/M46510XO67.html>