

2021-2027年中国音响行业 发展态势与投资战略研究报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2021-2027年中国音响行业发展态势与投资战略研究报告》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.cction.com/report/202103/206621.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

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。随着数码产品如电脑、手机等智能设备的不断普及，音响行业也研发出与电脑、手机配套的新产品，精致小巧、便于携带，音响行业的发展趋势是数字化、集成化、小型化。中企顾问网发布的《2021-2027年中国音响行业发展态势与投资战略研究报告》共十三章。首先介绍了中国音响行业市场发展环境、音响整体运行态势等，接着分析了中国音响行业市场运行的现状，然后介绍了音响市场竞争格局。随后，报告对音响做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国音响行业发展趋势与投资预测。您若想对音响产业有个系统的了解或者想投资中国音响行业，本报告是您不可或缺的重要工具。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 音响相关概述

1.1 音响概述

1.1.1 音响的概念

1.1.2 音响的应用

1.1.3 音响的不同风格

1.2 不同音响产品概述

1.2.1 扩声音响

1.2.2 广播音响

第二章 2014-2019年中国音响产业总体分析

2.1 中国音响产业发展概况

2.1.1 中国音响产业发展回顾

2.1.2 中国音响产业进入整合时期

2.1.3 2016年中国音响产业发展状况

2.1.4 2017年中国音响产业发展分析

2.1.4 2019年中国音响产业发展形势

- 2.2 2014-2019年中国音响市场现状
 - 2.2.1 音响产品购买者分析
 - 2.2.2 中国音响市场出口状况
 - 2.2.3 中国音响市场发展态势分析
 - 2.2.4 国内音响市场发展机遇与挑战并存
- 2.3 音响产业存在的问题
 - 2.3.1 音响产业面临的困境
 - 2.3.2 中国音响产业的缺陷
 - 2.3.3 中国音响出现行业性衰退
 - 2.3.4 导致音响市场规模减小的问题
- 2.4 针对音响产业健康发展的对策
 - 2.4.1 中国音响行业出路分析
 - 2.4.2 中国音响业应对市场难题的对策
 - 2.4.3 国内音响产业须加强创新
 - 2.4.4 中国音响业需要良性互动
 - 2.4.5 音响企业应对市场巨变的战略

第三章 中国家用音响设备所属行业财务状况

- 3.1 中国家用音响设备行业经济规模
 - 3.1.1 2014-2019年家用音响设备业销售规模
 - 3.1.2 2014-2019年家用音响设备业利润规模
 - 3.1.3 2014-2019年家用音响设备业资产规模
- 3.2 中国家用音响设备行业盈利能力指标分析
 - 3.2.1 2014-2019年家用音响设备业亏损面
 - 3.2.2 2014-2019年家用音响设备业销售毛利率
 - 3.2.3 2014-2019年家用音响设备业成本费用利润率
 - 3.2.4 2014-2019年家用音响设备业销售利润率
- 3.3 中国家用音响设备行业营运能力指标分析
 - 3.3.1 2014-2019年家用音响设备业应收账款周转率
 - 3.3.2 2014-2019年家用音响设备业流动资产周转率
 - 3.3.3 2014-2019年家用音响设备业总资产周转率
- 3.4 中国家用音响设备行业偿债能力指标分析

- 3.4.1 2014-2019年家用音响设备业资产负债率
- 3.4.2 2014-2019年家用音响设备业利息保障倍数
- 3.5 中国家用音响设备行业财务状况综合分析
 - 3.5.1 家用音响设备业财务状况综合评价
 - 3.5.2 影响家用音响设备业财务状况的经济因素分析

第四章 2014-2019年家用音响发展分析

- 4.1 2014-2019年家用音响产业现状
 - 4.1.1 传统家用音响市场份额逐渐减少
 - 4.1.2 国内家用音响市场格局浅析
 - 4.1.3 家用音响设备的分析
 - 4.1.4 数字音响进入国内家用音响市场
- 4.2 家用音响企业战略转型行为分析
 - 4.2.1 进入新领域
 - 4.2.2 进入平板电视市场
 - 4.2.3 进入专业音响市场
 - 4.2.4 进入文化娱乐市场
 - 4.2.5 民用音响的渠道转型表现
- 4.3 家庭影院概述
 - 4.3.1 家庭影院的概念
 - 4.3.2 家庭影院音响的特点
 - 4.3.3 家庭影院的形成与普及
 - 4.3.4 家庭影院的组成分析
 - 4.3.5 家庭影院的环绕声系统概况
- 4.4 2014-2019年家庭影院发展分析
 - 4.4.1 国内家庭影院市场发展状况
 - 4.4.2 家庭影院迷你音响的市场差异性
 - 4.4.3 众商家大举进驻国内家庭影院市场
 - 4.4.4 制约家庭影院发展的因素
 - 4.4.5 中国家庭影院市场发展对策
- 4.5 2014-2019年中国家庭影院音响市场供需分析
 - 4.5.1 需求分析

4.5.2 供给分析

第五章 2014-2019年专业音响发展分析

5.1 专业音响概述

5.1.1 专业音响的定义

5.1.2 专业音响的组成和应用

5.1.3 专业音响与民用音响的差异性表现

5.1.4 KTV专业音响与Hi-Fi音响的异同

5.2 2014-2019年中国专业音响行业分析

5.2.1 中国专业音响行业的发展阶段

5.2.2 中国专业音响市场发展特征

5.2.3 中国专业音响行业发展现状

5.2.4 中国专业音响生产厂商分析

5.2.5 国内专业音响企业供应链管理简析

5.2.6 中国专业音响品牌的发展及策略建议

5.3 专业音响工程施工技术分析

5.3.1 工程技术的特点

5.3.2 工程的技术术语和相关标准

5.3.3 工程技术的要求

5.3.4 工程施工的步骤

5.3.5 工程中的疑难问题

5.4 中国专业音响产业发展趋势

5.4.1 我国专业音响行业未来发展方向

5.4.2 专业音响的国产化趋势

5.4.3 中国专业音响产业前景看好

5.4.4 未来KTV音响系统的发展走向

第六章 2014-2019年汽车音响发展分析

6.1 概述

6.1.1 汽车音响的组成部分

6.1.2 汽车音响的分类

6.1.3 汽车音响的特点分析

- 6.1.4 汽车音响与家庭音响的不同
- 6.2 2014-2019年中国汽车音响产业概况
 - 6.2.1 中国汽车音响行业发展历程
 - 6.2.2 国内汽车音响市场发展现状
 - 6.2.3 全球汽车音响生产基地向中国转移
 - 6.2.4 国内汽车音响企业市场份额较小
 - 6.2.5 中国汽车音响行业强化品牌战略
- 6.3 2014-2019年汽车音响市场经销分析
 - 6.3.1 经销状况
 - 6.3.2 经销商对厂家的满意度
 - 6.3.3 平面媒体广告投放分析
 - 6.3.4 汽车音响消费者满意度
- 6.4 中国汽车音响产业存在的问题及应对措施
 - 6.4.1 汽车音响行业中存在的问题
 - 6.4.2 中国汽车音响行业发展不平衡
 - 6.4.3 汽车音响产业发展战略分析
 - 6.4.4 中国汽车音响产业的经营对策
- 6.5 汽车音响发展趋势
 - 6.5.1 未来中国汽车音响市场发展的四大趋势
 - 6.5.2 未来汽车音响行业整体趋势
 - 6.5.3 汽车音响后装市场将成竞争焦点
 - 6.5.4 多功能成为汽车音响发展新趋势

第七章 2014-2019年组合音响发展分析

- 7.1 组合音响行业分析
 - 7.1.1 组合音响的特点
 - 7.1.2 中国组合音响行业发展概况
 - 7.1.3 组合音响市场有待开发
 - 7.1.4 组合音响市场迷你风格流行
- 7.2 2014-2019年组合音响产品产量数据分析
 - 7.2.1 2016年主要省份组合音响产量分析
 - 7.2.2 2017年主要省份组合音响产量分析

7.2.3 2019年主要省份组合音响产量分析

7.3 迷你音响

7.3.1 国内迷你音响市场现状分析

7.3.2 金属迷你共振音响市场走俏

7.3.3 迷你音响市场热销

7.3.4 迷你音响进驻家电市场

7.3.5 国产迷你音响品牌反击国外品牌

7.4 HI-FI音响

7.4.1 Hi-Fi音响的概念

7.4.2 Hi-Fi音响的特点

7.4.3 Hi-Fi与AV的比较分析

7.4.4 Hi-Fi音响成为消费热点

7.4.5 国内Hi-Fi音响市场发展潜力较大

第八章 2014-2019年音响技术分析

8.1 音响技术的进步对音乐形式发展的影响

8.1.1 录音技术的发明

8.1.2 七十八转唱片

8.1.3 麦克风的改进

8.1.4 广播业的兴起

8.1.5 电吉它的发明

8.1.6 唱片的进化

8.2 2014-2019年音响技术发展概况

8.2.1 音响技术与声学原理分析

8.2.2 世界音响技术发展历程

8.2.3 音响技术的发展阶段分析

8.2.4 音响技术概念解读

8.2.5 音响系统的主要技术指标

8.3 2014-2019年汽车音响改装技术发展分析

8.3.1 汽车音响改装的原则

8.3.2 影响汽车音响改装效果的因素

8.3.3 我国汽车音响改装行业发展现状

8.3.4 汽车音响改装技术市场解析

8.3.5 汽车音响改装行业的发展瓶颈

第九章 2014-2019年音响产业竞争分析

9.1 国外企业对中国音响市场的争夺

9.1.1 世界音响巨头悄然进军中国

9.1.2 国际品牌加速拓展中国音响市场

9.1.3 美国音响公司布局中国市场

9.1.4 日本音响新品冲击中国市场

9.2 国内音响市场竞争概况

9.2.1 国内音响市场进入战国时代

9.2.2 中国音响市场呈现两极分化格局

9.2.3 国内音响市场竞争态势

9.2.4 技术和质量成音响业竞争焦点

9.3 中国音响产业的品牌竞争

9.3.1 音响市场品牌发生变局

9.3.2 中国打造世界音响名牌的途径

9.3.3 音响品牌呼唤领袖

9.4 中国音响生产企业的竞争策略

9.4.1 万利达

9.4.2 威格

9.4.3 熊猫

9.4.4 先驱

第十章 2014-2019年音响产业市场营销分析

10.1 音响市场消费概况

10.1.1 中国音响消费市场简析

10.1.2 音响消费观念发生转变

10.1.3 音响“更新”消费观念显现

10.1.4 大音响消费者逐渐减少

10.2 部分省市音响消费状况

10.2.1 广东

- 10.2.2 东莞
- 10.2.3 佛山
- 10.2.4 长沙
- 10.2.5 上海
- 10.3 音响业销售出路分析
 - 10.3.1 联合即强
 - 10.3.2 专卖店趋势
 - 10.3.3 社区模式应用
- 10.4 音响营销对策
 - 10.4.1 音响营销的渠道变化及趋势
 - 10.4.2 音响营销新模式亟待创新
 - 10.4.3 音响品牌专卖营销
 - 10.4.4 音响文化营销
 - 10.4.5 音响服务营销
- 10.5 知名品牌音响营销案例
 - 10.5.1 CAV
 - 10.5.2 森尼
 - 10.5.3 威莱

第十一章 2014-2019年国外重点音响企业分析

- 11.1 美国重点音响企业
 - 11.1.1 BOSE
 - 11.1.2 波士顿
 - 11.1.3 MTX
 - 11.1.4 狮龙
- 11.2 日本重点汽车音响企业
 - 11.2.1 JVC
 - 11.2.2 歌乐
 - 11.2.3 天龙
 - 11.2.4 马兰士
- 11.3 欧洲重点汽车音响企业
 - 11.3.1 英国曼琴MACROM

11.3.2 法国FOCAL

11.3.3 意大利世霸

11.3.4 丹麦丹拿

第十二章 2014-2019年国内重点企业介绍

12.1 飞乐音响

12.1.1 公司简介

12.1.2 企业核心竞争力

12.1.3 经营效益分析

12.1.4 业务经营分析

12.1.5 财务状况分析

12.1.6 未来前景展望

12.2 国光电器

12.2.1 公司简介

12.2.2 企业核心竞争力

12.2.3 经营效益分析

12.2.4 业务经营分析

12.2.5 财务状况分析

12.2.6 未来前景展望

12.3 奇声

12.3.1 公司发展状况分析

12.3.2 公司总体规模与盈利状况

12.3.3 公司偿债能力分析

12.3.4 公司营运能力分析

12.3.5 公司获利能力分析

12.3.6 公司成长能力分析

12.3.7 奇声音响凭借实力涉足专业音响领域

12.4 步步高

12.4.1 公司发展状况分析

12.4.2 公司总体规模与盈利状况

12.4.3 公司偿债能力分析

12.4.4 公司营运能力分析

- 12.4.5 公司获利能力分析
- 12.4.6 公司成长能力分析
- 12.4.7 步步高公司音响业务发展战略

12.5 丽声

- 12.5.1 公司简介
- 12.5.2 丽声音响取胜市场的原因
- 12.5.3 丽声音响以质量称霸市场
- 12.5.4 丽声音响开创信息化影音新时代

第十三章 中国音响产业投资与发展趋势分析 ()

13.1 投资概况

- 13.1.1 中国音响市场投资升温
- 13.1.2 国外风险投资争夺中国音响领域
- 13.1.3 日资音响企业扩大在中国市场投资
- 13.1.4 国内汽车影音市场投资收益分析

13.2 投资热点

- 13.2.1 MP3音响组合
- 13.2.2 迷你组合音响
- 13.2.3 影音一体化

13.3 中国音响产业前景展望

- 13.3.1 我国音响市场未来发展方向
- 13.3.2 中国电子音响产品的发展趋势
- 13.3.4 中国音响市场前景看好

13.4 2021-2027年中国音响细分行业预测分析

- 13.4.1 2021-2027年家用音响设备预测分析
- 13.4.2 2021-2027年组合音响产量预测 ()

附录：

附录一：3C认证认可条例

附录二：《家用电器商品维修管理办法》

附录三：家用视听商品修理更换退货责任规定

图表目录：

图表：2014-2019年家用音响设备业销售收入

图表：2012-2019年家用音响设备业销售收入增长趋势图

图表：2014-2019年家用音响设备业不同规模企业销售额

图表：2017年家用音响设备业不同规模企业销售额对比图

图表：2019年家用音响设备业不同规模企业销售额

图表：2019年家用音响设备业不同规模企业销售额对比图

图表：2014-2019年家用音响设备业不同所有制企业销售额

图表：2017年家用音响设备业不同所有制企业销售额对比图

图表：2019年家用音响设备业不同所有制企业销售额

图表：2019年家用音响设备业不同所有制企业销售额对比图

图表：2014-2019年家用音响设备业利润总额

图表：2014-2019年家用音响设备业利润总额增长趋势图

图表：2014-2019年家用音响设备业不同规模企业利润总额

图表：2017年家用音响设备业不同规模企业利润总额对比图

图表：2019年家用音响设备业不同规模企业利润总额

图表：2019年家用音响设备业不同规模企业利润总额对比图

图表：2014-2019年家用音响设备业不同所有制企业利润总额

图表：2019年家用音响设备业不同所有制企业利润总额

图表：2019年家用音响设备业不同所有制企业利润总额对比图

图表：2014-2019年家用音响设备业资产总额

图表：2014-2019年家用音响设备业总资产增长趋势图

图表：截至2019年家用音响设备业不同规模企业总资产

图表：截至2019年家用音响设备业不同规模企业总资产对比图

图表：截至2019年家用音响设备业不同所有制企业总资产

图表：截至2019年家用音响设备业不同所有制企业总资产对比图

图表：2014-2019年家用音响设备业亏损面

图表：2014-2019年家用音响设备业亏损企业亏损总额

图表：2014-2019年家用音响设备业销售毛利率趋势图

图表：2011-2019年家用音响设备业成本费用率

图表：2014-2019年家用音响设备业成本费用利润率趋势图

图表：2014-2019年家用音响设备业销售利润率趋势图

图表：2014-2019年家用音响设备业应收账款周转率对比图

图表：2014-2019年家用音响设备业流动资产周转率对比图

图表：2014-2019年家用音响设备业总资产周转率对比图

图表：2014-2019年家用音响设备业资产负债率对比图

图表：2014-2019年家用音响设备业利息保障倍数对比图

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202103/206621.html>