

2020年中国汽车音响行业分析报告- 市场深度调研与发展趋势研究

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2020年中国汽车音响行业分析报告-市场深度调研与发展趋势研究》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：<http://baogao.chinabaogao.com/qiche/467275467275.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

【报告大纲】

第一章 中国汽车音响行业发展综述

1.1 汽车音响行业定义及分类

1.1.1 行业概念及定义

1.1.2 行业主要产品大类

(1) 按汽车出厂时音响的时间分

(2) 按汽车音响品牌的地域分

1.1.3 行业在国民经济中的地位

1.2 汽车音响行业供应链分析

1.2.1 汽车音响行业上下游产业链简介

1.2.2 汽车音响行业上游供应链分析

(1) 变压器市场分析

(2) 电容器市场分析

(3) 连接器市场分析

(4) 存储器市场分析

(5) PCB市场分析

(6) 电阻市场分析

1.2.3 汽车音响行业下游产业链分析

(1) 中国汽车行业产销分析

(2) 汽车维修保养市场分析

(3) 汽车零配件市场分析

(4) 汽车音响改装市场分析

第二章 汽车音响行业发展环境分析

2.1 行业政策环境分析

2.1.1 行业政策

2.1.2 行业标准

2.2 行业经济环境分析

2.2.1 国际宏观经济环境分析

(1) 美国经济运行分析

(2) 欧元区经济运行情况

(3) 以印度为代表新兴市场国家经济快速发展

(4) 全球经济由衰退转向温和复苏

2.2.2 国内宏观经济环境分析

- (1) 规模以上工业生产运行情况
- (2) 固定资产投资情况
- (3) 居民消费价格指数 (CPI) 运行情况
- (4) 工业品出厂价格指数 (PPI)
- (5) 社会消费品零售总额情况
- (6) 制造业采购经理指数 (PMI) 情况

2.2.3 行业宏观经济环境分析

2.3 行业需求环境分析

2.3.1 行业需求特征分析

- (1) 汽车音响市场需求规模
- (2) 汽车音响市场产品需求结构
- (3) 汽车音响市场需求偏好分析

2.3.2 行业需求趋势分析

- (1) 汽车前装市场保持稳定增长
- (2) 汽车后装市场发展空间巨大

2.4 行业贸易环境分析

2.4.1 行业贸易环境发展现状

2.4.2 行业贸易环境发展趋势

第三章 汽车音响需求产业发展分析

3.1 汽车整车制造行业运营状况分析

3.1.1 汽车整车制造行业规模分析

3.1.2 汽车整车制造行业生产情况

3.1.3 汽车整车制造行业需求情况

3.1.4 汽车整车制造行业供求平衡情况

3.1.5 汽车整车制造行业财务运营情况

- (1) 盈利能力
- (2) 运营能力
- (3) 偿债能力
- (4) 成长能力

3.1.6 汽车整车制造行业趋势分析

3.2 改装汽车制造行业运营状况分析

3.2.1 改装汽车制造行业规模分析

- 3.2.2 改装汽车制造行业生产情况
- 3.2.3 改装汽车制造行业需求情况
- 3.2.4 改装汽车制造行业供求平衡情况
- 3.2.5 改装汽车制造行业财务运营情况
 - (1) 盈利能力
 - (2) 运营能力
 - (3) 偿债能力
 - (4) 成长能力
- 3.2.6 改装汽车制造行业运行特点及趋势分析
 - (1) 高端化
 - (2) 制度更加规范
- 3.3 汽车修理行业运营状况分析
 - 3.3.1 汽车修理行业规模分析
 - 3.3.2 汽车修理行业生产情况
 - 3.3.3 汽车修理行业需求情况
 - 3.3.4 汽车修理行业供求平衡情况
 - 3.3.5 汽车修理行业财务运营情况
 - (1) 盈利能力
 - (2) 运营能力
 - (3) 偿债能力
 - (4) 成长能力
 - 3.3.6 汽车修理行业运行特点及趋势分析

第四章 汽车音响行业产品市场发展分析

- 4.1 汽车音响行业产品市场现状分析
 - 4.1.1 汽车音响产品市场规模分析
 - 4.1.2 日系品牌市场占有率情况
 - 4.1.3 欧美品牌市场占有率情况
 - 4.1.4 本土品牌市场占有率情况
- 4.2 汽车音响国产品牌发展现状分析
 - 4.2.1 国产品牌发展状况及特点
 - 4.2.2 国内市场主要国产品牌分析
 - 4.2.3 国产品牌产品存在的缺陷分析
 - 4.2.4 国内汽车音响企业的竞争优势分析
 - (1) 产业的国际转移，增强我国的音响生产技术

- (2) 音响消费层次不断提升，主攻中端市场的国产品牌日受欢迎
- 4.2.5 国产品牌发展中存在的问题分析
 - (1) 汽车音响关键部件对进口依赖
 - (2) 海外订单无法保障，前景难料
 - (3) 技术相对落后，产品品质成问题
- 4.2.6 汽车音响国产品牌发展策略分析
- 4.3 国内外汽车音响产品技术差别分析
 - 4.3.1 国内汽车音响与国外的差距
 - 4.3.2 造成国内与国外产品差距的主要原因
- 4.4 汽车音响市场及产品技术趋势分析
 - 4.4.1 汽车音响市场发展的困难与阻力
 - 4.4.2 中国汽车音响市场未来发展趋势
 - (1) 汽车前装市场保持稳定增长，汽车音响的配备率将会大幅度提升
 - (2) 汽车后装市场发展空间巨大，音响改装成为潮流
 - 4.4.3 国际汽车音响新技术发展趋势
 - 4.4.4 国内汽车音响新技术发展趋势
 - (1) 无线连接
 - (2) 小型化、便携化
 - (3) 数码科技广泛应用

第五章 汽车音响行业市场竞争状况分析

- 5.1 汽车音响行业市场竞争总体状况
- 5.2 汽车音响行业国际市场竞争分析
 - 5.2.1 国际汽车音响市场发展分析
 - (1) 美国汽车音响行业发展
 - (2) 欧洲汽车音响行业发展
 - (3) 日本汽车音响行业发展
 - (4) 中国汽车音响行业发展
 - 5.2.2 国际汽车音响市场竞争分析
 - 5.2.3 国际汽车音响市场发展趋势
 - 5.2.4 国际主要汽车音响跨国公司经营分析
 - (1) 日本先锋 (Pioneer)
 - (2) 英国曼琴 (Macrom)
 - (3) 日本阿尔派 (Alpine)
 - (4) 日本歌乐 (Clarion)

- (5) 美国来福 (Rockford Fosgate)
- (6) 丹麦丹拿 (Dynaudio)
- (7) 法国劲浪 (FOCAL)
- (8) 德国蓝宝 (BLAUPUNKT)
- (9) 美国哈曼国际 (Harman International)

5.2.5 跨国公司在中国的竞争策略分析

5.3 行业国内市场竞争状况分析

5.3.1 国内汽车音响行业竞争格局分析

- (1) 行业企业之间的竞争分析
- (2) 与潜在进入者的竞争分析
- (3) 原料供应商的议价能力分析
- (4) 产品购买者的议价能力分析

5.3.2 汽车音响OEM市场竞争分析

- (1) 汽车整车企业采购策略
- (2) 汽车零部件企业发展对策
- (3) 汽车音响OEM市场的发展和规模

5.3.3 国内汽车音响企业竞争策略分析

- (1) 竞争力层次体系分析
- (2) 明确市场目标，把握市场动态
- (3) 技术服务专业化，音响产品品牌化
- (4) 收购兼并

5.3.4 国内汽车音响行业潜在威胁分析

5.4 行业投资兼并与重组整合分析

5.4.1 汽车音响行业投资兼并与重组整合概况

5.4.2 国际汽车音响企业投资兼并与重组整合

5.4.3 国内汽车音响企业投资兼并与重组整合

第六章 汽车音响行业产品市场及营销策略分析

6.1 行业产品市场发展分析

6.1.1 行业产品市场发展概况

6.1.2 主机产品市场分析

6.1.3 功率放大器市场分析

6.1.4 扬声器市场分析

6.1.5 其他声音设备及附件市场分析

6.2 行业产品消费者需求分析

6.2.1 行业产品结构特征分析

6.2.2 汽车音响消费者需求特征分析

6.2.3 消费者对汽车音响价格要求分析

6.3 行业产品销售渠道与策略分析

6.3.1 行业产品销售渠道模式分析

(1) 汽车音响行业经营模式

(2) 产品销售渠道就销售模式分析

1) 线上自营店销售模式 (以淘宝天猫店为例)

6.3.2 行业产品销售渠道存在的问题

6.3.3 汽车音响行业产品营销策略分析

(1) 品牌营销策略分析

(2) 单一品牌策略分析

6.3.4 汽车音响市场推广策略分析

(1) 产品推广终端建设分析

(2) 产品促销和推广会分析

(3) 数字传媒广告推广分析

(4) 平面媒体广告推广分析

(5) 主要品牌广告投放分析

第七章 汽车音响行业主要企业经营情况分析

7.1 信华精机有限公司

1、企业发展简况分析

2、企业产品服务分析

3、企业经营状况分析

4、企业竞争优势分析

7.2 深圳市漫步者科技股份有限公司

1、企业发展简况分析

2、企业产品服务分析

3、企业经营状况分析

4、企业竞争优势分析

7.3 惠州市德赛西威汽车电子股份有限公司

1、企业发展简况分析

2、企业产品服务分析

3、企业经营状况分析

4、企业竞争优势分析

7.4 阿尔派电子（中国）有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业产品服务分析
- 3、企业经营状况分析
- 4、企业竞争优势分析

7.5 先锋高科技（上海）有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业产品服务分析
- 3、企业经营状况分析
- 4、企业竞争优势分析

7.6 上海建伍电子有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业产品服务分析
- 3、企业经营状况分析
- 4、企业竞争优势分析

7.7 惠州华阳通用电子有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业产品服务分析
- 3、企业经营状况分析
- 4、企业竞争优势分析

7.8 上海先锋电声器材有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业产品服务分析
- 3、企业经营状况分析
- 4、企业竞争优势分析

7.9 厦门歌乐电子企业有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业产品服务分析
- 3、企业经营状况分析
- 4、企业竞争优势分析

7.10 德尔福科技（苏州）有限公司经营情况分析

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业产品服务分析
- 3、企业经营状况分析
- 4、企业竞争优势分析

7.11 东莞歌乐东方电子有限公司经营情况分析

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业产品服务分析
- 3、企业经营状况分析
- 4、企业竞争优势分析

7.12 惠州市德赛汽车电子有限公司经营情况分析

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业产品服务分析
- 3、企业经营状况分析
- 4、企业竞争优势分析

7.13 深圳科美西迪实业有限公司经营情况分析

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业产品服务分析
- 3、企业经营状况分析
- 4、企业竞争优势分析

7.14 深圳市航盛电子股份有限公司经营情况分析

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业产品服务分析
- 3、企业经营状况分析
- 4、企业竞争优势分析

7.15 江苏天宝汽车电子有限公司经营情况分析

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业产品服务分析
- 3、企业经营状况分析
- 4、企业竞争优势分析

7.16 广州惠威电声科技股份有限公司经营情况分析

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业产品服务分析
- 3、企业经营状况分析
- 4、企业竞争优势分析

7.17 广州飞歌汽车音响有限公司经营情况分析

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业产品服务分析
- 3、企业经营状况分析
- 4、企业竞争优势分析

第八章 汽车音响行业发展趋势分析与预测

8.1 中国汽车音响市场发展趋势

8.1.1 中国汽车音响市场发展趋势分析

- (1) 汽车前装市场保持稳定增长
- (2) 汽车后装市场发展空间巨大
- (3) 汽车音响市场规模稳定增长
- (4) 数码科技广泛应用
- (5) 无线连接
- (6) 智能化，与车联网交融

8.1.2 中国汽车音响市场发展前景预测

8.2 汽车音响行业投资特性分析

8.2.1 汽车音响行业进入壁垒分析

- (1) 品牌壁垒
- (2) 营销网络壁垒
- (3) 资金和规模壁垒
- (4) 产品质量控制壁垒
- (5) 产品认证壁垒

8.2.2 汽车音响行业盈利模式分析

8.2.3 汽车音响行业盈利因素及有利因素分析

- (1) 品牌优势
- (2) 核心技术
- (3) 国家政策支持
- (4) 国民经济高速发展，国民收入水平不断提高
- (5) 产业的国际转移
- (6) 行业下游产业发展迅速

8.3 中国汽车音响行业投资建议

8.3.1 汽车音响行业投资风险分析

- (1) 行业大幅波动的风险
- (2) 市场竞争加剧的风险
- (3) 原材料价格、能源价格和人工成本上涨风险

8.3.2 汽车音响行业投资建议

- (1) 加强汽车音响产品技术研发，提升核心竞争能力，打造强大的民族品牌
- (2) 国内厂家应重视汽车音响后装市场，尤其要加强对OES市场的竞争
- (3) 细分市场采取不同经营战略

图表目录

图表1：音响的构成

图表2：汽车音响的构成

图表3：按汽车出厂时音响的时间

图表4：汽车音响品牌的地域分

图表5：汽车音响产业链图

图表6：2016-2019年中国变压器制造行业销售收入和资产总额变化趋势（单位：亿元，%）

图表7：2019年薄膜电容器市场份额图（单位：%）

图表8：2016-2019年薄膜电容器市场变化趋势（单位：亿元，%）

图表9：2016-2019年中国汽车产量走势图（单位：万辆，%）

图表10：2016-2019年中国乘用车销量年度走势图（单位：万辆，%）

图表11：2016-2019年中国乘用车产销率走势图（单位：%）

图表12：2016-2019年中国乘用车占汽车总销量走势图（单位：%）

图表13：2016-2019年我国汽车零部件制造企业实现销售收入走势图（单位：亿元）

图表14：汽车音响行业主要产业政策

图表15：汽车音响行业主要国家标准

图表详见报告正文 (GYSYL)

【简介】

中国报告网是观研天下集团旗下打造的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2020年中国汽车音响行业分析报告-市场深度调研与发展趋势研究》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。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协

会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/qiche/467275467275.html>