

2019年中国电声市场分析报告- 行业运营态势与发展前景预测

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《2019年中国电声市场分析报告-行业运营态势与发展前景预测》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/yuanqijian/389664389664.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

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

声音是人类最广泛、最重要的交流媒介之一，在沟通、教育、信息传递、艺术等领域有着无可替代的作用。电声产品将声音信号与电信号进行转换，是音频设备加工、存储、播放声音信息的基础，电声产品的性能和质量，直接影响了声音信息传递的准确程度和人们对声音媒体的听觉感受。自留声机和电话发明以来，人们不断利用新结构、新材料、新制造技术发展电声产品，以改善其对声音的还原能力。20世纪80年代以后，随着视听娱乐产业和消费电子产业的迅速发展，耳机、音箱作为随身听、电视、家庭音响、个人电脑的配套使用设备，迅速进入到千家万户当中，在这一浪潮当中，Harman、Sennheiser、Bose、Beats、JVC等厂商凭借设计、核心技术、品牌营销等方面的优势，发展为全球知名的电声品牌。近年来，消费电子厂商和互联网公司在智能设备普及、人工智能技术迅速发展的浪潮中，也纷纷进入电声产业当中，推动电声产业在技术、规模、应用领域上持续发展。

（1）视听娱乐产业发展刺激着电声产品的直接需求不断上升

视听娱乐是耳机、音箱等电声产品发挥作用的重要场景，视听娱乐体验的变革直接刺激着电声产品的发展。特别是自随身听诞生以来，移动化、即时化的视听娱乐需求不断增长，持续扩大着电声产品的使用人群。根据WHO的数据，从1990年到2005年，美国用头戴式耳机听音乐的人增加了75%。在智能手机迅速普及的背景下，随着娱乐媒体从模拟时代进入到数字时代、流媒体时代，移动视听娱乐变得越来越便捷，消费者对电声产品的使用频率相应提升的同时，对电声产品的使用便捷性、性能、外观设计、质量都提出了更高的要求，推动着电声产业不断进行产品迭代。此外，家庭影视欣赏的日渐普及，使得更多家庭有了购买音箱乃至组合音响的需求。汽车广播的发展也刺激了汽车音响的需求。

（2）新一代消费电子设备迅速普及，对配套耳机的需求量不断增长

近年来，在全球智能手机、平板电脑等新一代消费电子设备快速普及的背景下，电声产业迎来了新的发展机遇，特别是智能手机更新换代速度不断加快以及全球智能手机出货量持续维持在高位，使得消费者对其配套耳机的需求量不断增长。根据IDC数据显示，2017年全球智能手机供应商共销售了14.71亿部智能手机。在这样的背景下，Apple、SAMSUNG、华为等智能手机品牌商已成为耳机产品的重要需求方。

（3）无线耳机渗透率快速提升，有线耳机数字化趋势明显

随着蓝牙、WiFi等无线传输技术快速发展，传输速率、功耗、稳定性方面越来越符合

电声产品的需求，使用无线传输技术的无线耳机逐步成熟，已成为各大电声品牌和消费电子厂商主推的产品类型。在集成电路技术快速发展的背景下，无线耳机采用的智能芯片的性能和功能都在逐步提升，在能够实现无线传输立体声信号，提升连接效率和稳定性、提升音质的同时，还极大提升了无线耳机的续航能力。移动化办公、运动健身、即时娱乐的日渐普及，也使得消费者对无线耳机的需求不断增长。近年来，为了进一步实现轻薄化，智能手机逐渐开始取消传统的3.5mm有线耳机接口，进一步刺激了无线耳机的市场需求。

传统的3.5mm有线耳机接口以模拟信号为音频信息传递的载体，随着越来越多的智能手机取消3.5mm接口，有线耳机开始采用集成化的数字接口进行音频信息传输，逐步形成有线耳机数字化的趋势。与传统的模拟耳机不同，播放设备在连接数字耳机时只负责将数字信号传递给耳机，数模转换、音频放大功能在耳机内部完成，减少了信号损失和信号噪声，既能够显著提升音质，又降低了对播放设备输出功率和解码性能的要求。此外，高效率的数字信号传输下，耳机线缆传递的音频信息可以有更高的采样率，能够支撑无损立体声的音频播放。因此，高品质音质的娱乐体验在数字有线耳机上更容易实现，有线耳机的产品性能借助数字化得以普遍提升。

（4）智能电声产品正在迅速改变电声产业

在人工智能技术的浪潮中，智能电声产品正在迅速发展，已经成为了人工智能产业生态中的重要组成部分。受到智能终端的物理形态限制，传统的用户界面和围绕鼠标、键盘、触摸屏等的交互方式不再适用，而更直观自然、易于学习的语音交互则成为新系统的重要入口，智能电声产品因此成为了人工智能的重要的交互平台。语音识别、声纹识别、自然语言处理、深度学习等前沿技术均已被成熟应用在智能电声产品当中，形成了可靠、灵敏的商业化智能电声产品。随着机器学习等技术被进一步应用在智能电声领域，其大规模地利用数据来生成可以理解语音和自然语言的模型，未来智能电声产品可以进一步提升语音识别和语义理解的准确程度，在人工智能产业中将扮演更加重要的角色。

国内外众多领先的消费电子厂商和互联网公司，在智能手机、互联网音视频等用户广泛、使用频次高的领域当中，积累了丰富的的人工智能技术和应用储备，选择以智能电声产品作为发展人工智能产业的突破口。智能电声产品已经摆脱了传统电声产品作为视听娱乐、拨打电话时的配套、从属性质的地位，成为了独立的智能化设备。未来，配合5G移动互联网和云计算，智能电声产品有望成为众多娱乐和服务内容的入口，从而形成一个完整的智能产业链。

(5) 随着耳机无线化、智能化发展趋势，耳机内部结构发生了巨大变化，多种元器件高度集成，加大了制造难度和附加值

传统的有线耳机围绕发声单元设计了海绵体、腔体、外壳、滤嘴等结构，是为了更好的保护发声或保护耳朵，涉及到电子元件的部分很少，主要是线材、动圈单元等。但是进入无线时代的耳机，内部结构发生重大变化。一个典型的蓝牙无线耳机内部可能集成了大量的电子元器件，包括天线、控制/传输芯片、麦克风、传感器、存储器等多种器件，复杂度大幅提升。

普通有线耳机与蓝牙耳机结构对比

资料来源：互联网（TC） 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。《2019年中国电声市场分析报告-行业运营态势与发展前景预测》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。

【报告大纲】

第一章 2016-2018年中国电声行业发展概述

第一节 电声行业发展情况概述

- 一、电声行业相关定义
- 二、电声行业基本情况介绍
- 三、电声行业发展特点分析

第二节 中国电声行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、电声行业产业链条分析
- 三、中国电声行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国电声行业生命周期分析

- 一、电声行业生命周期理论概述
- 二、电声行业所属的生命周期分析

第四节 电声行业经济指标分析

- 一、电声行业的赢利性分析
- 二、电声行业的经济周期分析
- 三、电声行业附加值的提升空间分析

第五节 中国电声行业进入壁垒分析

- 一、电声行业资金壁垒分析
- 二、电声行业技术壁垒分析
- 三、电声行业人才壁垒分析
- 四、电声行业品牌壁垒分析
- 五、电声行业其他壁垒分析

第二章 2016-2018年全球电声行业市场发展现状分析

第一节 全球电声行业发展历程回顾

第二节 全球电声行业市场区域分布情况

第三节 亚洲电声行业地区市场分析

- 一、亚洲电声行业市场现状分析
- 二、亚洲电声行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲电声行业市场前景分析

第四节 北美电声行业地区市场分析

- 一、北美电声行业市场现状分析
- 二、北美电声行业市场规模与市场需求分析

三、北美电声行业市场前景分析

第五节 欧盟电声行业地区市场分析

一、欧盟电声行业市场现状分析

二、欧盟电声行业市场规模与市场需求分析

三、欧盟电声行业市场前景分析

第六节 2019-2025年世界电声行业分布走势预测

第七节 2019-2025年全球电声行业市场规模预测

第三章 中国电声产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

一、中国GDP增长情况分析

二、工业经济发展形势分析

三、社会固定资产投资分析

四、全社会消费品电声总额

五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国电声行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国电声产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

第四章 中国电声行业运行情况

第一节 中国电声行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国电声行业市场规模分析

第三节 中国电声行业供应情况分析

第四节 中国电声行业需求情况分析

第五节 中国电声行业供需平衡分析

第六节 中国电声行业发展趋势分析

第五章 中国电声所属行业运行数据监测

第一节 中国电声所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国电声所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国电声所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章 2016-2018年中国电声市场格局分析

第一节 中国电声行业竞争现状分析

一、中国电声行业竞争情况分析

二、中国电声行业主要品牌分析

第二节 中国电声行业集中度分析

一、中国电声行业市场集中度分析

二、中国电声行业企业集中度分析

第三节 中国电声行业存在的问题

第四节 中国电声行业解决问题的策略分析

第五节 中国电声行业竞争力分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章 2016-2018年中国电声行业需求特点与动态分析

第一节 中国电声行业消费市场动态情况

第二节 中国电声行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 电声行业成本分析

第四节 电声行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国电声行业价格现状分析

第六节 中国电声行业平均价格走势预测

一、中国电声行业价格影响因素

二、中国电声行业平均价格走势预测

三、中国电声行业平均价格增速预测

第八章 2016-2018年中国电声行业区域市场现状分析

第一节 中国电声行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区电声市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区电声市场规模分析

四、华东地区电声市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区电声市场规模分析

四、华中地区电声市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区电声市场规模分析

第九章 2016-2018年中国电声行业竞争情况

第一节 中国电声行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析
- 四、供应商议价能力
- 五、客户议价能力

第二节 中国电声行业SWOT分析

- 一、行业优势分析
- 二、行业劣势分析
- 三、行业机会分析
- 四、行业威胁分析

第三节 中国电声行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第十章 电声行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
 - 1、主要经济指标情况
 - 2、企业盈利能力分析
 - 3、企业偿债能力分析
 - 4、企业运营能力分析
 - 5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第三节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第四节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第五节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第十一章 2019-2025年中国电声行业发展前景分析与预测

第一节 中国电声行业未来发展前景分析

- 一、电声行业国内投资环境分析
- 二、中国电声行业市场机会分析
- 三、中国电声行业投资增速预测

第二节 中国电声行业未来发展趋势预测

第三节 中国电声行业市场发展预测

- 一、中国电声行业市场规模预测
- 二、中国电声行业市场规模增速预测
- 三、中国电声行业产值规模预测
- 四、中国电声行业产值增速预测
- 五、中国电声行业供需情况预测

第四节 中国电声行业盈利走势预测

- 一、中国电声行业毛利润同比增速预测
- 二、中国电声行业利润总额同比增速预测

第十二章 2019-2025年中国电声行业投资风险与营销分析

第一节 电声行业投资风险分析

- 一、电声行业政策风险分析

二、电声行业技术风险分析

三、电声行业竞争风险分析

四、电声行业其他风险分析

第二节 电声行业企业经营发展分析及建议

一、电声行业经营模式

二、电声行业销售模式

三、电声行业创新方向

第三节 电声行业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第十三章 2019-2025年中国电声行业发展策略及投资建议

第一节 中国电声行业品牌战略分析

一、电声企业品牌的重要性

二、电声企业实施品牌战略的意义

三、电声企业品牌的现状分析

四、电声企业的品牌战略

五、电声品牌战略管理的策略

第二节 中国电声行业市场重点客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、对重点客户的营销策略

四、强化重点客户的管理

五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国电声行业战略综合规划分析

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第十四章 2019-2025年中国电声行业发展策略及投资建议

第一节 中国电声行业产品策略分析

一、服务产品开发策略

二、市场细分策略

三、目标市场的选择

第二节 中国电声行业定价策略分析

第三节 中国电声行业营销渠道策略

一、电声行业渠道选择策略

二、电声行业营销策略

第四节 中国电声行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国电声行业重点投资区域分析

二、中国电声行业重点投资产品分析

图表详见正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/yuanqijian/389664389664.html>