

2019年中国音响市场分析报告- 产业运营现状与发展潜力预测

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年中国音响市场分析报告-产业运营现状与发展潜力预测》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/yinxiang/459683459683.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 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 2016-2019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 2019年中国音响产业发展状况

2.1.4 2019年中国音响产业发展分析

2.1.5 2019年中国音响产业发展形势

2.2 2016-2019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 2016-2019年家用音响发展分析

3.1 2016-2019年家用音响产业现状

3.1.1 传统家用音响市场份额逐渐减少

3.1.2 国内家用音响市场格局浅析

3.1.3 家用音响设备的分析

3.1.4 数字音响进入国内家用音响市场

3.2 家用音响企业战略转型行为分析

3.2.1 进入新领域

3.2.2 进入平板电视市场

3.2.3 进入专业音响市场

3.2.4 进入文化娱乐市场

3.2.5 民用音响的渠道转型表现

3.3 家庭影院概述

3.3.1 家庭影院的概念

3.3.2 家庭影院音响的特点

3.3.3 家庭影院的形成与普及

3.3.4 家庭影院的组成分析

3.3.5 家庭影院的环绕声系统概况

3.4 2016-2019年家庭影院发展分析

3.4.1 国内家庭影院市场发展状况

3.4.2 家庭影院迷你音响的市场差异性

3.4.3 众商家大举进驻国内家庭影院市场

3.4.4 制约家庭影院发展的因素

3.4.5 中国家庭影院市场发展对策

3.5 2016-2019年中国家庭影院音响市场供需分析

3.5.1 需求分析

3.5.2 供给分析

第四章 2016-2019年专业音响发展分析

4.1 专业音响概述

4.1.1 专业音响的定义

4.1.2 专业音响的组成和应用

4.1.3 专业音响与民用音响的差异性表现

4.1.4 KTV专业音响与Hi-Fi音响的异同

4.2 2016-2019年中国专业音响行业分析

4.2.1 中国专业音响行业的发展阶段

4.2.2 中国专业音响市场发展特征

4.2.3 中国专业音响行业发展现状

4.2.4 中国专业音响生产厂商分析

4.2.5 国内专业音响企业供应链管理简析

4.2.6 中国专业音响品牌的发展及策略建议

4.3 专业音响工程施工技术分析

4.3.1 工程技术的特点

4.3.2 工程的技术术语和相关标准

4.3.3 工程技术的要求

4.3.4 工程施工的步骤

4.3.5 工程中的疑难问题

4.4 中国专业音响产业发展趋势

4.4.1 我国专业音响行业未来发展方向

4.4.2 专业音响的国产化趋势

4.4.3 中国专业音响产业前景看好

4.4.4 未来KTV音响系统的发展走向

第五章 2016-2019年汽车音响发展分析

5.1 概述

5.1.1 汽车音响的组成部分

5.1.2 汽车音响的分类

5.1.3 汽车音响的特点分析

5.1.4 汽车音响与家庭音响的不同

5.2 2016-2019年中国汽车音响产业概况

5.2.1 中国汽车音响行业发展历程

5.2.2 国内汽车音响市场发展现状

5.2.3 全球汽车音响生产基地向中国转移

5.2.4 国内汽车音响企业市场份额较小

5.2.5 中国汽车音响行业强化品牌战略

5.3 2016-2019年汽车音响市场营销分析

5.3.1 经销状况

5.3.2 经销商对厂家的满意度

5.3.3 平面媒体广告投放分析

5.3.4 汽车音响消费者满意度

5.4 中国汽车音响产业存在的问题及应对措施

5.4.1 汽车音响行业中存在的问题

5.4.2 中国汽车音响行业发展不平衡

5.4.3 汽车音响产业发展战略分析

5.4.4 中国汽车音响产业的经营对策

5.5 汽车音响发展趋势

5.5.1 未来中国汽车音响市场发展的四大趋势

5.5.2 未来汽车音响行业整体趋势

5.5.3 汽车音响后装市场将成竞争焦点

5.5.4 多功能成为汽车音响发展新趋势

第六章 2016-2019年组合音响发展分析

6.1 组合音响行业分析

6.1.1 组合音响的特点

6.1.2 中国组合音响行业发展概况

6.1.3 组合音响市场有待开发

6.1.4 组合音响市场迷你风格流行

6.2 2016-2019年全国组合音响产量分析

6.2.1 2016-2019年全国组合音响产量趋势

6.2.2 2019年组合音响产量分布情况

6.3 迷你音响

6.3.1 国内迷你音响市场现状分析

6.3.2 金属迷你共振音响市场走俏

6.3.3 迷你音响市场热销

6.3.4 迷你音响进驻家电市场

6.3.5 国产迷你音响品牌反击国外品牌

6.4 HI-FI音响

6.4.1 Hi-Fi音响的概念

6.4.2 Hi-Fi音响的特点

6.4.3 Hi-Fi与AV的比较分析

6.4.4 Hi-Fi音响成为消费热点

6.4.5 国内Hi-Fi音响市场发展潜力较大

第七章 2016-2019年音响技术分析

7.1 音响技术的进步对音乐形式发展的影响

7.1.1 录音技术的发明

7.1.2 七十八转唱片

7.1.3 麦克风的改进

7.1.4 广播业的兴起

7.1.5 电吉它的发明

7.1.6 唱片的进化

7.2 2016-2019年音响技术发展概况

7.2.1 音响技术与声学原理分析

7.2.2 世界音响技术发展历程

7.2.3 音响技术的发展阶段分析

7.2.4 音响技术概念解读

7.2.5 音响系统的主要技术指标

7.3 2016-2019年汽车音响改装技术发展分析

7.3.1 汽车音响改装的原则

7.3.2 影响汽车音响改装效果的因素

7.3.3 我国汽车音响改装行业发展现状

7.3.4 汽车音响改装技术市场解析

7.3.5 汽车音响改装行业的发展瓶颈

第八章 2016-2019年音响产业竞争分析

8.1 国外企业对中国音响市场的争夺

8.1.1 世界音响巨头悄然进军中国

8.1.2 国际品牌加速拓展中国音响市场

8.1.3 美国音响公司布局中国市场

8.1.4 日本音响新品冲击中国市场

8.2 国内音响市场竞争概况

8.2.1 国内音响市场进入战国时代

8.2.2 中国音响市场呈现两极分化格局

8.2.3 国内音响市场竞争态势

8.2.4 技术和质量成音响业竞争焦点

8.3 中国音响产业的竞争

8.3.1 音响市场品牌发生变局

8.3.2 中国打造世界音响名牌的途径

8.3.3 音响品牌呼唤领袖

8.4 中国音响生产企业的竞争策略

8.4.1 万利达

8.4.2 威格

8.4.3 熊猫

8.4.4 先驱

第九章 2016-2019年音响产业市场营销分析

9.1 音响市场消费概况

9.1.1 中国音响消费市场简析

9.1.2 音响消费观念发生转变

9.1.3 音响“更新”消费观念显现

9.1.4 大音响消费者逐渐减少

9.2 部分省市音响消费状况

9.2.1 广东

9.2.2 东莞

9.2.3 佛山

9.2.4 长沙

9.2.5 上海

9.3 音响业销售出路分析

9.3.1 联合即强

9.3.2 专卖店趋势

9.3.3 社区模式应用

9.4 音响营销对策

9.4.1 音响营销的渠道变化及趋势

9.4.2 音响营销新模式亟待创新

9.4.3 音响品牌专卖营销

9.4.4 音响文化营销

9.4.5 音响服务营销

9.5 知名品牌音响营销案例

9.5.1 CAV

9.5.2 森尼

9.5.3 威莱

第十章 国外重点音响企业分析

10.1 美国重点音响企业

10.1.1 BOSE

10.1.2 波士顿

10.1.3 MTX

10.1.4 狮龙

10.2 日本重点汽车音响企业

10.2.1 JVC

10.2.2 歌乐

10.2.3 天龙

10.2.4 马兰士

10.3 欧洲重点汽车音响企业

10.3.1 英国曼琴MACROM

10.3.2 法国FOCAL

10.3.3 意大利世霸

10.3.4 丹麦丹拿

第十一章 国内重点企业介绍

11.1 飞乐音响

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

11.2 国光电器

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

11.3 步步高

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

第十二章 中国音响产业投资与发展趋势分析

12.1 投资概况

- 12.1.1 中国音响市场投资升温
- 12.1.2 国外风险投资争夺中国音响领域
- 12.1.3 日资音响企业扩大在中国市场投资
- 12.1.4 国内汽车影音市场投资收益分析
- 12.2 投资热点
 - 12.2.1 MP3音响组合
 - 12.2.2 迷你组合音响
 - 12.2.3 影音一体化
- 12.3 中国音响产业前景展望
 - 12.3.1 我国音响市场未来发展方向
 - 12.3.2 中国电子音响产品的发展趋势
 - 12.3.3 中国音响市场前景看好
- 12.4 2020-2026年中国音响细分行业预测分析
 - 12.4.1 2020-2026年家用音响设备预测分析
 - 12.4.2 2020-2026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 家庭影院的组成

图表 杜比基本解码器

图表 杜比定向逻辑解码器

图表 杜比定向逻辑系统的工作方式

图表 杜比数字系统

图表 QSound公司的QSurround方案

图表 消费者价格需求比例

图表 消费者渠道需求结构比例图

图表 购买决策人比例图

图表 家庭影院对消费者的情感诉求满足和社会属性诉求的满足

图表 目标消费群特征图

图表 婚姻状况与消费者的购买行为的关系

图表详见报告正文..... (GY YXY)

【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。《2019年中国音响市场分析报告-产业运营现状与发展潜力预测》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/yinxiang/459683459683.html>