

2017-2022年中国汽车音响产业发展态势及竞争策略分析报告

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《2017-2022年中国汽车音响产业发展态势及竞争策略分析报告》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/lingbujian/290561290561.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

1定义

狭义上的汽车音响是指汽车主机，即收音机、卡带机、CD机、DVD机、车载多媒体娱乐系统等。广义上的汽车音响包括汽车主机，天线，放大器，高音低音扬声器等。本文论述的是狭义上的汽车音响。

2汽车音响发展历程

1923年，美国安装了世界上第一台汽车收音机，从此拉开了汽车音响发展的序幕。1957年，上海广播器材厂研制成功上海牌382型自动调谐汽车收音机，为长春一汽红旗轿车配套。1959年，宏音无线电器材厂研制成功国内第一台晶体管汽车收音装置安装在凤凰牌轿车内。

20世纪七八十年代，车载磁带收放机(俗称卡带机)开始得到应用，按照机芯分类有单卡机芯(手动翻转磁带A,B面)和双卡机芯(自动翻转磁带A,B面)两种，收音机以手动调谐，内置单声道集成功率放大器或双声道集成功率放大器。20世纪八十年代末，还是以磁带机为主，逻辑机芯，电子调谐收音机开始得到应用。功能更加强大，结构简单了许多，音响面板设计可更加美观，结构形式也更加多样化，也为增加新的功能节约了空间。这个时期，车载CD机尚属于高端的汽车音响。20世纪90年代，大量出现CD收放机，收音机以电子调谐为主。集成电路的发展使得输出声道和输出功率，音响效果控制都得到改善和提升。DVD收放机也应运而生。20世纪90年代末期，出现内置卫星导航功能的2DINDVD收放机，并且有自带的液晶显示屏。从此一体化汽车音响更加成为汽车控制台不可分割的一部分。21世纪以后，中国的汽车音响开始了突飞猛进的发展，只用了不到10年的时间，就过渡到功能齐全的一体化的汽车多媒体娱乐导航系统。

现在，欧美，日韩等发达国家地区已经不再或者很少在本土生产产品，而是主要从事设计研究，高附加值配件的设计生产以及安装技术的研究。我国因为基础技术的薄弱，在产品研发上主要停留在技术应用方面，还缺少创新型技术和产品。

目前在用汽车音响产品主要有:收音机，收音机带USB接口(或SD卡插槽)、AUX接口，单碟CD机带USB接口(或SD卡插槽)、AUX接口，多碟CD机(或虚拟多碟CD机)，DVD机(带导航系统)，多媒体娱乐系统(带导航系统及外接设备输入)。

图：2010-2016年中国汽车音响产值增长情况 资料来源：公开资料，中国报告网整理

图：2016年中国音箱品牌关注度 资料来源：公开资料，中国报告网整理

3小结

目前汽车音响主流产品有三种:收音机(带外部接口)、CD机、多媒体娱乐系统(导航)。分别适用于不同配置档次车型。汽车音响最终会发展成为类似计算机的多媒体系统，并综合了卫星导航、数字电视、互联网、通信等技术，成为汽车控制台的一个重要组成部分。

中国报告网发布的《2017-2022年中国汽车音响产业发展态势及竞争策略分析报告》内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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。

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。

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

1.1.3 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) 汽车整车配套市场分析

(4) 汽车音响改装市场分析

1.2.3 汽车音响行业上游供应链分析

(1) 模拟器件市场分析

- (2) 电容器市场分析
- (3) 连接器市场分析
- (4) 石英晶体元器件市场分析
- (5) 滤波器市场分析
- (6) 逻辑器件市场分析
- (7) 存储器市场分析
- (8) PCB市场分析
- (9) 电阻市场分析
- (10) 晶体管市场分析

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 行业相关政策动向

2.1.2 汽车音响行业发展规划

2.2 行业经济环境分析

2.2.1 国际宏观经济环境分析

2.2.2 国内宏观经济环境分析

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) 汽车音响改装市场的需求情况

(4) 汽车音响市场需求偏好分析

2.3.2 行业需求趋势分析

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 年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
- 3.1.6 汽车整车制造行业运行特点及趋势分析
- 3.2 年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
 - 3.2.6 改装汽车制造行业运行特点及趋势分析
- 3.3 年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
 - 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
 - 4.2.5 国产品牌发展中存在的问题分析
 - 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 国内汽车音响产品技术与国外的差距
 - 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

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

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

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)

1) 日本先锋经营情况

2) 日本先锋在华布局

(2) 英国曼琴 (Macrom)

1) 英国曼琴经营情况

2) 英国曼琴在华布局

(3) 日本阿尔派 (Alpine)

1) 日本阿尔派经营情况

2) 日本阿尔派在华布局

(4) 日本胜利者公司 (JVC)

1) 日本胜利者经营情况

2) 日本胜利者在华布局

(5) 日本歌乐 (Clarion)

1) 日本歌乐经营情况

2) 日本歌乐在华布局

(6) 美国来福 (RockfordFosgate)

1) 美国来福经营情况

2) 美国来福在华布局

(7) 瑞典 (DLS)

1) 瑞典 (DLS) 经营情况

2) 瑞典 (DLS) 在华布局

(8) 丹麦丹拿 (Dynaudio)

1) 丹麦丹拿经营情况

2) 丹麦丹拿在华布局

- (9) 法国劲浪 (FOCAL)
 - 1) 法国劲浪经营情况
 - 2) 法国劲浪在华布局
- (10) 德国蓝宝 (BLAUPUNKT)
 - 1) 德国蓝宝经营情况
 - 2) 德国蓝宝在华布局
- (11) 美国哈曼国际 (HarmanInternational)
 - 1) 美国哈曼国际经营情况
 - 2) 美国哈曼国际在华布局
- 5.2.5 跨国公司在中国的竞争策略分析
- 5.2.6 国外汽车音响公司在华业务动向
- 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) 潜在替代产品的竞争分析
 - (4) 原料供应商的议价能力分析
 - (5) 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
 - 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) 产品批发及其渠道分析

(2) 产品零售及其渠道分析

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) 渠道多样化下的多品牌策略

1) 多品牌策略的优势分析

2) 多品牌策略的劣势分析

(3) 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 信华精机有限公司经营情况分析

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

7.2 深圳市漫步者科技股份有限公司经营情况分析

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

7.3 惠州市德赛西威汽车电子有限公司经营情况分析

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

7.4 太仓阿尔派电子有限公司经营情况分析

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

7.5 先锋高科技(上海)有限公司经营情况分析

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

7.6 上海建伍电子有限公司经营情况分析

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

7.7 惠州华阳通用电子有限公司经营情况分析

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

7.8 上海先锋电声器材有限公司经营情况分析

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

7.9 丹东阿尔卑斯电子有限公司经营情况分析

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

7.10 大连阿尔派电子有限公司经营情况分析

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

7.11 东莞华盛音响制品有限公司经营情况分析

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

7.12 厦门歌乐电子企业有限公司经营情况分析

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

7.13 德尔福电子(苏州)有限公司经营情况分析

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

7.14 东莞歌乐东方电子有限公司经营情况分析

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

7.15 惠州市德赛汽车电子有限公司经营情况分析

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

7.16 惠州天缘电子有限公司经营情况分析

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

7.17 厦门建松电器有限公司经营情况分析

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

7.18 深圳桑德科技有限公司经营情况分析

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

7.19 深圳科美西迪实业有限公司经营情况分析

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

7.20 南盛电子（深圳）有限公司经营情况分析

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

7.21 河北达阳电子科技有限公司经营情况分析

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

7.22 深圳市航盛电子股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

7.23 江苏天宝汽车电子有限公司经营情况分析

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

7.24 天津摩比斯汽车零部件有限公司经营情况分析

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

7.25 广州番禺巨大汽车音响设备有限公司经营情况分析

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

7.26 广州飞歌汽车音响有限公司经营情况分析

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

7.27 上海现代摩比斯汽车零部件有限公司经营情况分析

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

7.28 广东好帮手电子科技股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

7.29 江西航盛电子有限公司经营情况分析

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

7.30 深圳市杰成电子有限公司经营情况分析

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

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

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

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分析

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

8.3.2 汽车音响行业投资建议

图表目录

图表1：车企汽车销量排行Top10（单位：万辆）

图表2：乘用车生产企业销量排行Top10（单位：万辆，%）

图表3：商用车生产企业销量排行Top10（单位：万辆，%）

图表4：美国新增非农就业走势图（单位：千人，%）

图表5：美国新增非农就业与失业率（单位：千人，%）

图表6：美国PMI指数

图表7：美国制造业PMI八个分项指数

图表8：美国服务业PMI指数

图表9：欧元区CPI同比增长情况（单位：%）

图表10：欧元区制造业指数

图表11：法意德制造业指数

（GYZJY）

图表详见正文

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，请放心查阅。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/lingbujian/290561290561.html>