

中国组合音响市场现状观察与投资商机分析报告 (2012-2016)

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《中国组合音响市场现状观察与投资商机分析报告（2012-2016）》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/140967140967.html>

报告价格：电子版: 7000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

组合音响市场品牌格局基本稳定，市场集中度趋高，排名前十的品牌销量占比超过80%，而排名前三的飞利浦、步步高和奥莱克就占据了一半以上的市场份额，这说明组合音响市场品牌集中度非常高，尤其是强势品牌。

在前十品牌中，国产品牌占了五位，且排名从第二至第四位的均为国产品牌，这说明国产品牌的优势还是比较明显的，在音响市场中占据一定地位。飞利浦在音响市场中一直占据主导地位，销量占比呈现缓慢爬升态势，截止到2010年第四季度，销量占比达到40.1%，从飞利浦的表现可以看出，在音响市场，“强者恒强”的趋势也较为明显。

中国报告网发布的《中国组合音响市场现状观察与投资商机分析报告（2012-2016）》共十五章。在对组合音响产品行业的市场现状、发展环境、全球市场环境况、竞争调查、区域竞争调查、企业竞争调查进行全面、细致研究的基础上，并对组合音响品牌产品行业内重点企业的产品竞争策略和发展动向进行了深入剖析，另外为还对组合音响品牌产品行业未来市场发展趋势进行了判断，旨在为投资者提供高价值的决策参考。

第一章 2011-2012年世界组合音响产业运行状况分析

第一节 2011-2012年世界组合音响产业发展综述

- 一、世界组合音响产业特点分析
- 二、世界组合音响产业市场动态分析
- 三、世界组合音响产业市场品牌分析

第二节 2011-2012年世界组合音响部分国家及地区市场动态分析

- 一、美国
- 二、日本
- 三、欧洲

第三节 2012-2016年世界组合音响产业发展趋势分析

第二章 2011-2012年中国组合音响产业发展环境分析

第一节 2011-2012年中国经济环境分析

- 一、GDP历史变动轨迹分析
- 二、固定资产投资历史变动轨迹分析
- 三、2012年中国宏观经济发展预测分析

第二节 2011-2012年中国组合音响产业发展政策环境分析

- 一、3C认证认可条例
- 二、家用视听商品修理更换退货责任规定
- 三、进出口政策分析

第三节 2011-2012年中国组合音响产业社会环境分析

第三章 2011-2012年中国音响产业整体运行态势分析

第一节 2011-2012年中国音响产业发展概况

- 一、中国音响产业进入整合时期
- 二、中国音响业亟待唱准调子
- 三、中国音响业跨国并购影响分析

第二节 中国音响市场现状

- 一、音响产品购买者分析
- 二、中国音响市场出口状况
- 三、中国音响市场发展态势分析
- 四、国内音响市场发展综述
- 五、中国音响市场机遇与挑战并存

第三节 音响产业存在的问题

- 一、音响产业面临的困境
- 二、中国音响产业的缺陷
- 三、中国音响出现行业性衰退
- 四、导致音响市场规模减小的问题

第四节 针对音响产业健康发展的对策

- 一、中国音响行业出路分析
- 二、中国音响业应对市场难题的对策
- 三、国内音响产业须加强创新
- 四、中国音响业需要良性互动
- 五、音响企业应对市场巨变的战略

第四章 2011-2012年中国组合音响产业运行形势分析

第一节 2011-2012年中国组合音响产业运行概况

- 一、中国是迷你音响最大生产国
- 二、高端产品带动后续增长
- 三、组合音响市场迷你风格流行

第二节 2011-2012年中国组合音响技术研究

- 一、音响技术的进步对音乐形式发展的影响
- 二、音响系统的主要技术指标

第三节 2011-2012年中国组合音响产业发展存在的问题分析

第五章 2011-2012年中国组合音响主要产业市场运行动态分析

第一节 迷你音响

- 一、国内迷你音响市场现状分析
- 二、迷你音响市场热销

三、迷你音响进驻家电市场

四、迷你音响将取代家庭影院成市场主流

五、国产迷你音响品牌反击国外品牌

第二节 Hi-Fi音响

一、Hi-Fi音响的概念

二、Hi-Fi音响的特点

三、Hi-Fi与AV的比较分析

四、Hi-Fi音响成为消费热点

第六章 2007-2011年中国家用音响设备制造行业数据监测分析

第一节 2010-2012年中国家用音响设备制造行业总体数据分析

一、2010年中国家用音响设备制造行业全部企业数据分析

二、2011年中国家用音响设备制造行业全部企业数据分析

三、2012年1-3月中国家用音响设备制造行业全部企业数据分析

第二节 2010-2012年中国家用音响设备制造行业不同规模企业数据分析

一、2010年中国家用音响设备制造行业不同规模企业数据分析

二、2011年中国家用音响设备制造行业不同规模企业数据分析

三、2012年1-3月中国家用音响设备制造行业不同规模企业数据分析

第三节 2010-2012年中国家用音响设备制造行业不同所有制企业数据分析

一、2010年中国家用音响设备制造行业不同所有制企业数据分析

二、2011年中国家用音响设备制造行业不同所有制企业数据分析

三、2012年1-3月中国家用音响设备制造行业不同所有制企业数据分析

第七章 2010-2012年中国组合音响产量数据统计分析

第一节 2010年中国组合音响产量数据分析

一、2010年全国组合音响产量数据分析

二、2010年组合音响重点省市数据分析

第二节 2011年中国组合音响产量数据分析

一、2011年全国组合音响产量数据分析

二、2011年组合音响重点省市数据分析

第三节 2012年1-3月中国组合音响产量数据分析

一、2012年1-3月全国组合音响产量数据分析

二、2012年1-3月组合音响重点省市数据分析

第四节 中国组合音响产量增长性分析

一、产量增长

二、集中度变化

第八章 2011-2012年中国组合音响产业市场消费者调查分析

第一节 组合音响市场调查对象情况分析

- 一、调查对象性别构成
- 二、年龄结构调查
- 三、消费者品牌状况调查

第二节 组合音响消费者消费习惯调查

- 一、组合音响产品消费者购买频次调查
- 二、消费者对组合音响价格认同情况调查
- 三、消费者购买渠道情况调查
- 四、组合音响专卖店对消费者的吸引程度调查

第三节 2011-2012年中国组合音响消费者满意度分析

第九章 2011-2012年中国组合音响市场消费形势剖析

第一节 2011-2012年中国组合音响市场消费状况分析

- 一、中国音响消费市场简析
- 二、音响消费观念发生转变
- 三、音响“更新”消费观念显现
- 四、大音响消费者逐渐减少

第二节 2011-2012年中国组合音响重点消费市场分析

- 一、广东
- 二、东莞
- 三、佛山
- 四、长沙
- 五、上海

第十章 2011-2012年中国组合音响产业市场营销解析

第一节 2011-2012年中国组合音响市场营销综述

- 一、组合音响市场营销特点
- 二、组合音响市场营销渠道分析

第二节 知名品牌音响营销案例

- 一、CAV
- 二、森尼
- 三、威莱

第三节 音响业销售出路分析

- 一、联合即强
- 二、专卖店趋势
- 三、社区模式应用

第四节 音响营销对策

一、音响营销的渠道变化及趋势

二、音响营销新模式亟待创新

三、音响品牌专卖营销

四、音响文化营销

五、音响服务营销

第十一章 2011-2012年中国组合音响产业市场竞争格局分析

第一节 2011-2012年国外企业对中国音响市场的争夺

一、世界音响巨头悄然进军中国

二、国际知名品牌加速拓展中国音响市场

三、美国音响公司布局中国市场

四、索尼夏普三星等音响巨头插足国内市场

第二节 2011-2012年中国组合音响产业市场竞争格局分析

一、中国国产组合音响竞争力分析

二、中国组合音响产业的品牌竞争

三、中国组合音响制造企业的竞争手段概况

第三节 2011-2012年中国组合音响业集中度分析

一、产品产量区域分布

二、生产企业的集中分布

三、市场集中度分析

第四节 2012-2016年中国组合音响产业提升竞争力策略分析

第十二章 2011-2012年全球部分国家重点组合音响企业竞争力分析

第一节 美国重点音响企业

一、BOSE

二、波士顿

三、MTX

四、狮龙

第二节 日本重点汽车音响企业

一、JVC

二、歌乐

三、天龙

四、马兰士

第三节 欧洲重点汽车音响企业

一、英国曼琴MACROM

二、法国FOCAL

三、意大利世霸

四、丹麦丹拿

第十三章2011-2012年中国组合音响优势企业竞争力对比及关键性财务数据分析

第一节 乐金电子(惠州)有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第二节 惠州三星电子有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第三节 惠州市金山电子有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第四节 上海JVC电器有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第五节 惠州新兴精密有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第六节 东莞市奇声电子实业有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第七节 大东骏通（东莞）电子有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第八节 天龙·马兰士音响(中山)有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第九节 常州星球电子有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第十节 中山市骏德(电子)数码科技有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第十一节 略.....

第十四章 2012-2016年中国组合音响产业发展趋势预测分析

第一节2012-2016年中国组合音响产业发展趋势分析

一、 互联网营销新趋势分析

二、 中国音响市场前景看好尚未达到饱和

三、 中国音响业的专业化发展趋势

第二节2012-2016年中国组合音响产业市场预测分析

一、 组合音响产量预测分析

二、 组合音响市场需求预测分析

三、 组合音响进出口预测分析

第三节 2012-2016年中国组合音响产业市场盈利预测分析

第十五章2012-2016年中国组合音响产业投资前景预测分析

第一节 2012-2016年中国组合音响业投资概况

一、 组合音响业投资特性

二、 组合音响价值研究

三、 组合音响环境分析

第二节2012-2016年中国组合音响产业投资热点分析

一、 MP3音响组合

二、 迷你组合音响

三、 影音一体化

第三节2012-2016年中国组合音响产业投资风险分析

一、 市场运营风险

二、 技术风险

三、 政策风险

四、 进入退出风险

第四节 中国报告网投资建议

图表目录：（部分）

图表：乐金电子(惠州)有限公司主要经济指标走势图

图表：乐金电子(惠州)有限公司经营收入走势图

图表：乐金电子(惠州)有限公司盈利指标走势图

图表：乐金电子(惠州)有限公司负债情况图

图表：乐金电子(惠州)有限公司负债指标走势图

图表：乐金电子(惠州)有限公司运营能力指标走势图

图表：乐金电子(惠州)有限公司成长能力指标走势图

图表：惠州三星电子有限公司主要经济指标走势图

图表：惠州三星电子有限公司经营收入走势图

图表：惠州三星电子有限公司盈利指标走势图

图表：惠州三星电子有限公司负债情况图

图表：惠州三星电子有限公司负债指标走势图

图表：惠州三星电子有限公司运营能力指标走势图

图表：惠州三星电子有限公司成长能力指标走势图

图表：惠州市金山电子有限公司主要经济指标走势图

图表：惠州市金山电子有限公司经营收入走势图

图表：惠州市金山电子有限公司盈利指标走势图

图表：惠州市金山电子有限公司负债情况图

图表：惠州市金山电子有限公司负债指标走势图

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，并有助于降低企事业单位投资风险。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/yinxiang/140967140967.html>