

2017-2022年中国车载影音系统行业发展态势及市场商机分析报告

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年中国车载影音系统行业发展态势及市场商机分析报告》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/282448282448.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

车载主机是车载影音系统的核心部分，主要功能是播放音源，相当于家庭影院的影碟机。不过为了更适合汽车内空间狭小的特点，车载主机经常带有一定的功放能力，如果对扬声器要求不是太高，就不再需要外接功放，可以比较更简便的组成影音系统。

汽车音响主机的分类方法多种多样，目前最普遍的方法是按照信号源分类。主机的信号源主要有：收音（FM/AM）、磁带、蓝牙、CMMB数字电视、MP5、CD、VCD、DVD和MP3等。将这些声音源分类组合，可以生产出不同款式的音响主机，最常见的就是收音、磁带和CD的三合一机型，当然还有MP3、磁带和收音等组合方式，但是那就比较少见了。

车载影音大多是专车专用的，除了放影碟，插u盘，sd卡等外，还可以插导航卡进行路径模拟导航，还有更丰富的娱乐游戏！我相信以后汽车的主流都会带有车载影音的！

2009年-2016年汽车保有量分析

汽车音响产量增加值

中国报告网发布的《2017-2022年中国车载影音系统行业发展态势及市场商机分析报告》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。

第一章汽车音响行业基本概述

第一节汽车音响概述

一、汽车音响的特征

二、汽车音响与家庭音响的不同

三、汽车音响的改装升级

四、汽车音响改装类型介绍

第二节汽车音响的种类

一、按汽车出厂时的时间分

二、按汽车音响品牌的地域分

三、按汽车音响厂家生产专一性分

第三节汽车音响的组成部分

一、主机

二、功放（功率放大器）

三、扬声器

四、其他声音设备及附件

第二章2016年国内车载影音系统产业市场营销环境条件

第一节2016年国内宏观经济进展环境条件

一、2016年国内GDP增长情况

二、2016年工业经济发展形势分析

三、2016年全社会固定资产投资分析

四、2016年社会消费品零售总额分析

五、2016年城乡居民收入与消费分析

六、2016年对外贸易的发展形势分析

第二节2014-2016年7月国内汽车音响市场政策环境条件

一、汽车音响行业相关标准

二、国内汽车产业进展政策

三、《车载音频播放器技能条件》

四、《国内汽车影音行业安装收费标准》

第三节2014-2016年7月国内汽车音响市场社会环境条件

一、人口环境条件

二、教育环境条件

三、生态环境条件

四、国内城镇化率

第四节2016年国内车载影音系统行业技能环境条件

第三章2014-2016年7月国内汽车电子市场深度剖析

第一节2014-2016年7月国际汽车电子市场概况

一、世界汽车电子地区进展特征

二、2016年世界汽车电子市场范围

三、全球汽车电子产业进展热点

四、国外汽车电子信息市场持续快速进展

第二节2014-2016年7月国内汽车电子行业进展概述

一、国内汽车电子行业的进展环境条件

二、国内汽车电子行业的进展概况

三、国内汽车电子行业主要驱动因素

四、国内汽车车身电子普及速度加快

五、国内新能源汽车电子产业亟待进展

第三节2014-2016年7月国内汽车电子市场进展

一、2016年国内汽车电子总体市场范围

二、国内汽车电子市场品牌结构

三、国内汽车电子市场需求特征

四、传统汽车电子产品需求稳步上升

五、新兴汽车电子产品需求快速增长

第四节2014-2016年7月汽车电子市场竞争预测

一、国内汽车电子产业地区集群竞争格局

二、国内汽车电子市场整体竞争态势

三、中国汽车电子产品主要竞争厂商

四、国内汽车电子厂商竞争力评价

五、本土厂商在非核心领域占有优点

第五节2014-2016年7月汽车电子市场进展存在的问题

一、国内汽车电子产业进展面临的问题

二、国内汽车电子技能标准尚待提高

三、制约国内汽车电子产品进展因素

四、国内汽车电子核心技能有待提高

第六节2014-2016年7月国内汽车电子市场进展战略及意见

一、促进国内汽车电子产业进展的对策

二、加强各方合作打造汽车电子产业链

三、汽车电子行业标准体系应尽快建立

四、汽车电子产业进展策略的新途径

第四章2016年国内车载影音系统产业进展新形态预测

第一节2016年国内车载影音系统走势聚焦

一、国内车载影音公司新产品展览

二、车载影音巨头聚首华阳探讨策略

三、“中国最顶级汽车影音平台”受关注

四、荷兰范登豪知名音响线材落户广州先歌

第二节2016年国内车载影音产业现状综述

一、国内车载影音品品牌市场格局

二、国内车载影音产品差异化竞争

三、国内车载影音产业困境

四、车载影音经销商选择

第三节2016年国内汽车影音导航厂家的五大怪状

- 一、定位与需求的背离
- 二、机遇与挑战的猜忌
- 三、优点与劣势的迷离
- 四、精细与粗放的对立
- 五、资源与匹配的虚拟

第四节2016年国内车载影音产业面临的壁垒及挑战

- 一、国内车载影音行业技能壁垒情况
- 二、国内车载影音产业挑战

第五章2016年国内车载影音系统市场深度剖析

第一节2016年国内车载影音市场分析

- 一、国内汽车影音市场进展方向
- 二、国内汽车影音市场特色
- 三、国内车载影音市场竞争情况

第二节国内车载影音系统行业需求分析

- 一、车载影音系统市场消费需求现状
- 二、车载影音系统市场规模及增长
- 三、车载影音系统需求因素分析

第三节我国车载影音系统行业供应分析

- 一、国内车载影音系统生产现状
- 二、车载影音系统行业存在的问题
- 三、车载影音系统行业公司生产经营分析
- 四、国内车载影音系统行业集中度分析

第四节国内主要区域汽车电子市场分析

- 一、环渤海区域汽车电子市场分析
- 二、珠三角区域汽车电子市场分析
- 三、长三角区域汽车电子市场分析
- 四、中西部区域汽车电子市场分析

第六章汽车影音相关产品进出口趋势分析

第一节中国汽车影音制造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

第二节中国汽车影音制造所属行业产销与费用分析

- 一、产成品分析

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

六、销售成本分析

七、销售费用分析

八、管理费用分析

九、财务费用分析

十、其他运营数据分析

第三节中国汽车影音制造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

第七章2014-2016年7月国内车载影音系统行业配套市场机会分析

第一节轿车车载影音系统需求分析

一、2016年轿车市场分析

二、轿车车载影音系统市场需求分析

第二节MPV车载影音系统需求分析

一、2016年MPV产销分析

二、MPV车载影音系统市场需求分析

第三节皮卡车载影音系统需求分析

一、2016年皮卡市场状况分析

二、皮卡车载影音系统市场需求分析

第四节SUV车载影音系统需求分析

一、2016年SUV市场分析

二、SUV车载影音系统市场需求分析

第五节轻卡车载影音系统需求分析

一、2016年轻卡产销分析

二、轻卡车载影音系统市场需求分析

第六节重卡车载影音系统需求分析

一、2016年重卡市场分析

二、重卡车载影音系统市场需求分析

第七节轻客车载影音系统需求分析

一、2016年轻型客车市场分析

二、轻型客车车载影音系统市场需求分析

第八节大中型客车车载影音系统需求分析

一、2016年大中型客车产销分析

二、大中型客车车载影音系统市场需求分析

第八章2014-2016年7月车载影音系统售后市场分析

第一节国内车载影音系统售后市场概况

第二节乘用车售后市场用车载影音系统器市场分析

一、2016年乘用车市场分析

二、乘用车车载影音系统器售后市场分析

第三节商用车售后市场用车载影音系统器市场分析

一、2016年商用车市场分析

二、商用车用车载影音系统器售后市场分析

第四节客车售后市场用车载影音系统器市场分析

一、2016年客车市场分析

二、客车用车载影音系统器售后市场分析

第九章2014-2016年7月国内车载影音产业市场竞争新格局分析

第一节2014-2016年7月国内车载影音竞争总况

一、车载影音市场竞争环境条件

二、车载影音竞争力盘点

三、车载影音品品牌竞争趋势

第二节2014-2016年7月国内车载影音竞争格局分析

一、车载影音市场集中度分析

二、车载影音多层格局分析

三、车载影音市场竞争程度

四、车载影音品品牌竞争成主导

第三节2014-2016年7月国内车载影音公司竞争走势

一、天缘九逸车载影音导航后来居上

二、远峰科技智能网联车载影音导航3G时代

三、众鸿做车载影音领域最优秀的方案提供商

四、“赛格车神”抢滩国内车载影音娱乐高地

五、雄兵创维强强联合打造高端车载影音导航

第四节2017-2022年国内车载影音市场竞争状况与战略分析

一、前装车载影音竞争格局分析

二、车载影音市场竞争状况分析

三、车载影音市场竞争战略分析

第十章2016年国内汽车影音国外品品牌公司运行浅析

第一节先锋

第二节松下

第三节索尼

第四节阿尔派

第五节JVC

第五节建伍

第六节飞利浦

第七节西门子VDO

第八节来福

第十一章国内车载影音主要中国生产公司竞争分析

第一节广汽长丰汽车股份有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营产品概况

(3) 公司运营情况

(4) 公司优劣势分析

第二节深圳市航盛电子股份有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营产品概况

(3) 公司运营情况

(4) 公司优劣势分析

第三节江苏天宝汽车电子有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营产品概况

(3) 公司运营情况

(4) 公司优劣势分析

第四节佛山市三水好帮手电子科技有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营产品概况

(3) 公司运营情况

(4) 公司优劣势分析

第五节广州飞歌汽车音响有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营产品概况

(3) 公司运营情况

(4) 公司优劣势分析

第六节 东莞市步步高视听电子有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营产品概况

(3) 公司运营情况

(4) 公司优劣势分析

第七节 东莞市奇声电子实业有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营产品概况

(3) 公司运营情况

(4) 公司优劣势分析

第八节 先锋电子科技(上海)有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营产品概况

(3) 公司运营情况

(4) 公司优劣势分析

第九节 惠州市德赛西威汽车电子有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营产品概况

(3) 公司运营情况

(4) 公司优劣势分析

第十节 朝阳电子(深圳)有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营产品概况

(3) 公司运营情况

(4) 公司优劣势分析

第十二章 2016年国内汽车影音业相关产业运行透析

第一节 2016年国内汽车工业进展分析

一、2016年国内汽车保有量情况分析

二、2016年国内汽车产销总体情况分析

三、2016年国内汽车行业经济运行情况

四、2016年国内汽车行业进出口总体情况

第二节 2014-2016年7月汽车客运行业进展情况分析

一、2016年汽车客运经济指标分析

二、2016年国内城市客运进展情况

三、对汽车影音的需求及影响分析

第三节2014-2016年7月国内旅游业进展趋势分析

- 一、2016年国内旅游业进展现状
- 二、2016年国内旅游总收入分析
- 三、2016年中国游市场范围分析
- 四、2016年入境游市场范围分析
- 五、2016年国际旅游外汇收入分析
- 六、2016年国内旅游经济运行情况分析

第十三章2017-2022年国内车载影音系统前瞻及状况分析

第一节2017-2022年国内汽车音响未来分析

- 一、汽车影音走入“智能时代”
- 二、车载电脑抢滩汽车影音市场
- 三、汽车影音行业多媒体娱乐化状况明显
- 四、数码化介入——汽车影音系统进展新方向

第二节2017-2022年国内汽车音响进展状况分析

- 一、国内汽车音响行业进展机遇分析
- 二、国内汽车音响功能进展状况分析
- 三、国内汽车音响渠道竞争状况分析

第三节2017-2022年国内汽车音响业技能进展走向

- 一、汽车音响的进展走向
- 二、汽车影音系统开发走向
- 三、汽车音响功能技术的进展分析

第十四章2017-2022年国内车载影音系统市场战略及投资分析

第一节车载影音系统行业策略分析

- 一、车载影音系统行业SWOT分析
- 二、汽车音响市场销量分析
- 三、汽车音响市场前景分析

第二节车载影音系统市场运营战略分析

- 一、产品战略
- 二、价格战略
- 三、渠道战略
- 四、销售战略

第十五章2017-2022年国内车载影音系统投资未来分析

第一节2017-2022年国内汽车影音行业投资环境条件

第二节2017-2022年国内汽车影音系统投资机会分析

一、汽车影音投资未来分析

二、汽车影音投资吸引力分析

三、汽车音响后装市场潜力巨大

第三节2017-2022年国内车载影音系统投资风险剖析

一、宏观调控风险

二、宏观经济风险

三、市场竞争风险

四、原料市场风险

五、技术风险剖析

第四节2017-2022年国内车载影音系统投资战略分析

一、策略定位上应追求由消费导向向市场导向的策略提升

二、针对细分市场采取不同经营策略

三、加强汽车音响产品技能研发提升核心竞争能力

四、公司运营战略分析

图表目录：

图表12016年GDP初步核算数据

图表22014-2016年7月GDP环比增长速度

图表32016年7月GDP初步核算数据

图表4GDP环比和同比增长速度

图表52014-2016年7月中国各月累计主营业务收入与利润总额同比增速

图表62014-2016年7月中国各月累计主营业务收入与主营活动利润同比增速

图表72014-2016年7月中国各月累计每百元主营业务收入中的成本与利润率

图表82016年分经济类型主营业务收入与主营活动利润同比增色

图表92016年规模以上工业企业主要财务指标

图表102014-2016年7月我国全社会固定资产及其增长率情况

图表117月-2016年7月我国固定资产投资（不含农户）同比增速

图表127月-2016年7月固定资产投资到位资金同比增速

图表132016年固定资产投资（不含农户）主要数据

图表142014-2016年7月我国固定资产投资（不含农户）同比增速

图表152016年1-7月固定资产投资（不含农户）主要数据

图表162014-2016年7月我国社会消费品零售总额及其增长速度

图表172014-2016年7月社会消费品零售总额分月同比增长速度

图表182016年1-7月社会消费品零售总额主要数据

图表192014-2016年7月社会消费品零售总额分月同比增长速度

图表202016年7月社会消费品零售总额主要数据

(GYZX)

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/282448282448.html>