

2016-2022年中国汽车音响市场竞争调研与发展动向研究报告

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《2016-2022年中国汽车音响市场竞争调研与发展动向研究报告》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/dianzishabei/239340239340.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

中国汽车产业迅速发展，汽车部件、零件产业也随之高速增长，目前中国汽车音响市场九成份额被外资品牌所占据。自上世纪90年代初第一台飞利浦汽车音响进入中国以来，汽车音响市场已发展成为年销售额将近30亿元的大型专业市场，是10年前的300倍以上。截至2010年底，中国汽车音响市场规模接近30亿。然而，中国汽车音响市场中，日系品牌占据了五成份额，欧美品牌占四成，而中国本土品牌只占一成。

从2006年以来，由于宏观经济的波动，中国主要电子音响产品产值增速经历了两次负增长时期。

2006-2014年中国主要电子音响产品产值及增长趋势

2014年中国音箱品牌关注度

此外，随着全球汽车音响产业的转移，中国正式成为全球汽车音响的主要生产基地和产业转移的主要承接地，几乎所有国际知名汽车音响品牌都在国内设立了生产企业或代表处。2014年，中国汽车音响产值达到13.07亿元，再创历史新高。

2008-2014年中国汽车音响产值增长情况

随着中国居民收入的提高和消费观念的转变，国内汽车消费需求增加，人们对高质量音效的追求，中国汽车音响市场将不断扩大，国产品牌将会迎来一个快速的发展时期。

中国报告网发布的《2016-2022年中国汽车音响市场竞争调研与发展动向研究报告》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、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研究分析。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。

报告大纲：

第一章 汽车音响行业基本概述

第一节 汽车音响概述

一、汽车音响的特点分析

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 汽车音响的分类

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、其他部分

第二章 2013-2015年世界汽车音响行业运营状况分析

第一节 2013-2015年世界汽车音响行业发展环境分析

第二节 2013-2015年世界汽车音响行业市场格局

一、世界汽车音响发展概述

二、世界主要汽车音响的新技术

三、世界汽车音响市场发展动态分析

四、全球汽车音响产业转移态势分析

第三节 2013-2015年世界主要国家及地区汽车音响发展态势

一、欧洲

二、美国

三、日本

第四节 2016-2022年世界汽车音响行业发展趋势分析

第三章 世界汽车音响产品优势企业发展战略浅析

第一节 美国Rockford Fosgate

一、公司概况

二、公司经营情况分析

三、品牌竞争力分析

四、公司国际化战略发展分析

第二节 日本JVC

一、公司概况

二、公司经营情况

三、品牌及产品竞争优势分析

四、公司国际化战略发展分析

第三节 日本先锋音响公司

- 一、公司概况
- 二、公司经营情况
- 三、品牌及竞争优势分析
- 四、公司国际化战略发展分析

第四节 英国曼琴MACROM

- 一、公司概况
- 二、公司产品开发及经营情况
- 三、公司在华市场发展情况
- 四、品牌及产品竞争力分析

第五节 德国蓝宝

- 一、公司概况
- 二、公司在华市场发展动态分析
- 三、品牌及产品竞争力分析
- 四、公司国际化战略发展分析

第六节 法国FOCAL

- 一、公司概况
- 二、公司音响业务发展情况
- 三、公司技术竞争优势分析

第七节 美国HiVi惠威

- 一、公司概况
- 二、公司音响业务发展情况
- 三、公司汽车音响产品情况

第八节 瑞典DLS

- 一、公司概况
- 二、公司业务经营情况
- 三、品牌竞争力分析

第四章 2013-2015年中国汽车音响行业市场发展环境解析

第一节 2013-2015年中国宏观经济环境分析

- 一、2015年中国GDP增长情况分析
- 二、2015年中国工业经济发展形势分析
- 三、2015年中国全社会固定资产投资分析
- 四、2015年中国社会消费品零售总额分析
- 五、2015年中国城乡居民收入与消费分析
- 六、2015年中国对外贸易发展形势分析

七、2014年中国宏观经济运行情况分析

第二节2013-2015年中国汽车音响市场政策环境分析

一、汽车音响行业相关标准

二、中国汽车产业发展政策

三、中国汽车改装法规规定

四、《车载音频播放器技术条件》

第三节2013-2015年中国汽车音响市场社会环境分析

一、人口环境分析

二、科技环境分析

三、生态环境分析

第五章 2013-2015年中国家用音响设备行业经济运行状况

第一节 2013-2015年中国家用音响设备行业发展分析

一、2014年中国家用音响设备行业发展概况

二、2015年中国家用音响设备行业发展概况

第二节 2013-2015年中国家用音响设备行业总体规模分析

第三节 2013-2015年中国家用音响设备行业供需平衡分析

一、2013-2015年中国家用音响设备行业产成品分析

二、2013-2015年中国家用音响设备行业供给区域分布

三、2013-2015年中国家用音响设备行业销售产值分析

四、2013-2015年中国家用音响设备行业需求区域分布

第四节 2013-2015年中国家用音响设备行业投资状况分析

第五节 2015年中国家用音响设备行业总体结构特征分析

第六章 2013-2015年中国家用音响设备行业经济运行效益分析

第一节 2013-2015年中国家用音响设备行业获利能力分析

第二节 2013-2015年中国家用音响设备行业经营效益分析

第三节 2013-2015年中国家用音响设备行业成本费用分析

第七章 2013-2015年中国家用音响设备行业竞争结构分析

第一节 2013-2015年中国家用音响设备行业集中度分析

第二节 2013-2015年中国主要区域家用音响设备行业发展分析

第三节 2013-2015年中国重点省区家用音响设备行业发展分析

第八章 2015年中国家用音响设备行业经济运行状况

第一节 2015年中国家用音响设备行业发展分析

第二节 2015年不同规模家用音响设备企业发展分析

一、2015年大型家用音响设备企业发展分析

二、2015年中型家用音响设备企业发展分析

三、2015年小型家用音响设备企业发展分析

第三节 2015年不同性质家用音响设备企业总体规模分析

一、2015年集体家用音响设备企业发展分析

三、2015年股份合作制家用音响设备企业发展分析

四、2015年股份制家用音响设备企业发展分析

五、2015年民营家用音响设备企业发展分析

六、2015年外资家用音响设备企业发展分析

七、2015年其他性质家用音响设备企业发展分析

第九章 2013-2015年中国汽车音响行业市场运行态势剖析

第一节 2013-2015年中国汽车音响行业发展概况

一、中国汽车音响行业整体发展现状

二、中国汽车音响进入国际汽车产业链

三、世界汽车音响产业逐步转移到中国

四、中国汽车产业引领汽车音响迅速发展

五、汽车音响产业促进元器件产业发展

第二节 2013-2015年中国汽车音响行业发展动态分析

一、荷兰范登豪知名音响线材落户广州先歌

二、汽车音响改装“非常城市”登陆北京雅森展

三、中国首家jbl-飞歌汽车音响旗舰店揭幕

四、德安县亿元汽车音响项目试生产

第三节 2013-2015年中国汽车音响改装行业发展分析

一、汽车音响改装的原则分析

二、汽车音响改装市场的价位

三、汽车音响改装技术解析

四、汽车音响改装行业瓶颈分析

五、中国汽车音响改装发展方向

第四节 2013-2015年中国汽车音响产业发展中存在的问题分析

一、中国汽车音响行业存在的问题分析

二、中国中小汽车音响企业面临的困境

三、售后服务不完善严重制约行业发展

四、中国汽车音响行业缺乏强大自主品牌

第五节 2013-2015年中国汽车音响业的发展策略分析

一、加大资源整合，打造规模优势

二、加强汽车音响售后服务，满足个性化需求

三、打造汽车音响知名品牌，提升产品吸引力

第十章 2013-2015年中国汽车音响市场运行态势分析

第一节 2013-2015年中国汽车音响市场发展概况分析

- 一、中国汽车音响市场发展格局分析
- 二、汽车音响制造大国向技术强国转变
- 三、汽车音响市场消费及发展趋势分析

第二节 2013-2015年中国汽车音响市场品牌发展分析

- 一、自主品牌风潮刮进汽车音响领域
- 二、中小汽车音响品牌发展存在的问题
- 三、培育中国汽车音响市场策略分析

第三节 2013-2015年中国汽车音响市场消费者满意度分析

- 一、产品消费现状
- 二、消费者认知度
- 三、消费者信息渠道
- 四、消费者购买原因及参考因素

第十一章 2013-2015年中国汽车用品市场销售渠道分析

第一节 2013-2015年中国汽车用品销售渠道分析

- 一、汽车用品渠道经销商分析
- 二、汽车用品行业的宣传渠道概述
- 三、汽车用品业的4P营销组合分析
- 四、汽车用品行业连锁经营解析
- 五、汽车用品市场渠道策略分析

第二节 2013-2015年中国汽车用品4S店的营销模式分析

- 一、汽车用品4S店的经营状况
- 二、汽车用品店4S经营的优势
- 三、汽车用品经销商的4S店战略
- 四、汽车用品经销商利用4S店渠道案例

第三节 2013-2015年中国汽车音响营销分析

- 一、汽车音响市场营销行为亟待规范
- 二、汽车音响营销渠道存在病变
- 三、未来汽车音响终端营销新模式分析
- 四、雷诺汽车音响营销新模式值得借鉴

第十二章 2013-2015年中国汽车音响行业竞争态势分析

第一节 2013-2015年国外企业抢占中国市场的形势分析

- 一、外资品牌强势进入中国汽车音响市场
- 二、外企争相抢食中国汽车音响市场份额

三、飞利浦汽车音响正式进军4S店

四、日本澳德巴克斯中国市场之路

第二节 2013-2015年中国汽车音响市场竞争现状分析

一、汽车音响参与国际竞争要点

二、汽车音响企业资源整合状况

三、汽车音响市场国内品牌占有率提升

四、汽车音响企业一体机同质竞争分析

第三节 2013-2015年中国汽车音响竞争策略分析

一、汽车音响营销策略分析

二、国产汽车音响多品牌战略

三、汽车音响企业单一品牌战略

第四节 2016-2022年中国汽车音响行业竞争趋势分析

第十三章 2013-2015年中国机动车辆用其他电气音响信号装置(85123019)进出口状况分析

第一节 2013-2015年中国机动车辆用其他电气音响信号装置进口分析

一、2013-2015年机动车辆用其他电气音响信号装置进口数量情况

二、2013-2015年机动车辆用其他电气音响信号装置进口金额情况

第二节 2013-2015年中国机动车辆用其他电气音响信号装置出口分析

一、2013-2015年机动车辆用其他电气音响信号装置出口数量情况

二、2013-2015年机动车辆用其他电气音响信号装置出口金额情况

第三节 2013-2015年中国机动车辆用其他电气音响信号装置进出口均价分析

第十四章 2013-2015年中国汽车音响主要组成部分发展情况分析

第一节 主机

一、主机的细分

二、主机的参数

三、主机的主要技术

四、2013-2015年中国汽车音响主机市场现状分析

第二节 功放

一、功放主要性能指标

二、功放的分类

三、功放的基本设置功能

四、2013-2015年中国汽车音响功放IC市场需求扩大

第三节 扬声器

一、扬声器的特征

二、扬声器的种类

三、扬声器的主要指标

四、2013-2015年中国汽车扬声器市场现状分析

第十五章 2013-2015年中国汽车用品行业运行形势分析

第一节 2013-2015年中国汽车用品行业运行总况

一、汽车用品的品牌与连锁分析

二、汽车用品市场价格竞争分析

三、汽车用品网络销售渠道分析

四、中国汽车用品超市发展优势

五、汽车用品市场广告投放策略

第二节 2013-2015年中国汽车用品市场发展状况

第三节 2013-2015年中国主要地区汽车用品交易市场分析

第四节 未来中国汽车用品行业发展方向与趋势分析

一、中国汽车用品行业蕴藏商机

二、汽车用品市场格局及发展趋势

第十六章 中国汽车音响重点企业竞争力分析

第一节 西门子威迪欧汽车电子(惠州)有限公司

一、公司基本情况

二、企业主要经济指标

三、企业偿债能力分析

四、企业盈利能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成本费用分析

第二节 朝阳电子(深圳)有限公司

一、公司基本情况

二、企业主要经济指标

三、企业偿债能力分析

四、企业盈利能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成本费用分析

第三节 惠州华阳通用电子有限公司

一、公司基本情况

二、企业主要经济指标

三、企业偿债能力分析

四、企业盈利能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成本费用分析

第四节 厦门建松电器有限公司

- 一、公司基本情况
- 二、企业主要经济指标
- 三、企业偿债能力分析
- 四、企业盈利能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成本费用分析

第五节 信创基电子(深圳)有限公司

- 一、公司基本情况
- 二、企业主要经济指标
- 三、企业偿债能力分析
- 四、企业盈利能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成本费用分析

第六节 先锋电子科技(上海)有限公司

- 一、公司基本情况
- 二、企业主要经济指标
- 三、企业偿债能力分析
- 四、企业盈利能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成本费用分析

第七节 丹东阿尔卑斯电子有限公司

- 一、公司基本情况
- 二、企业主要经济指标
- 三、企业偿债能力分析
- 四、企业盈利能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成本费用分析

第八节 德尔福电子(苏州)有限公司

- 一、公司基本情况
- 二、企业主要经济指标
- 三、企业偿债能力分析
- 四、企业盈利能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成本费用分析

