

# 2019年中国电声行业分析报告- 产业规模现状与发展规划趋势

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2019年中国电声行业分析报告-产业规模现状与发展规划趋势》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/yuanqijian/379490379490.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

电声产品的需求，主要来自全球消费者进行视听娱乐活动时对电声产品的直接需求和各类消费电子产品的配套需求。此外，近年来消费升级衍生的对智能电声产品的需求发展迅速，已经成为电声产品市场的重要增长点。

### 一、消费者视听娱乐的需求

#### 1、欣赏音乐的需求

聆听音乐是消费者购买电声产品最主要的需求之一，追求音质、还原能力的耳机更是直接面向人们深入欣赏音乐细节、获得高度听觉享受的需求。

##### (1) 全球市场

近年来，在传播媒介、市场机制不断成熟，新生代对音乐需求持续发展的背景下，全球数字音乐市场不断增长。数据显示，2011-2016年，全球数字音乐市场规模从49 亿美元增长到 78亿美元，年均复合增长率为 9.7%。

2011-2016年全球数字音乐市场规模 数据来源：公开数据整理

##### (2) 国内市场

近年来，随着移动互联网传输质量的快速提升、国家对著作权保护力度不断加强，我国网络音乐产业得到了良好的发展机遇，用户规模呈现持续上升态势，网络音乐的消费市场也在不断扩大。根据数据显示，2018上半年中国网络音乐用户规模为55482万人，比2017年末增长673万人，占整体网民比例达到69.2%。

2012-2018年上半年中国网络音乐用户规模 数据来源：公开数据整理

从在线音乐收听的场景上来看，锻炼健身、旅行途中、户外游玩、逛街等移动式、开放式场景越来越普遍，使得用户对各类微型化、无线化、智能化的电声产品需求越来越旺盛，带动电声企业持续调整、升级其产品结构。

中国用户收听在线音乐的主要场景占比（%）

#### 2、欣赏影视节目的需求

欣赏影视节目对电声产品的需求来自于：家庭影院欣赏高画质节目时对音响的需求以及移动场景下欣赏影视节目时对耳机的需求。

##### (1) 全球市场

近年来，随着全球宽带网络和移动网络快速发展，影视节目的网络化发行越来越普遍，很大程度上满足了人们欣赏影视节目的便捷化要求，家庭影院欣赏高画质节目和移动设备上欣赏节目越来越便捷。

数据显示，2017 年，全球流媒体视频市场达125.27亿美元的市场规模，用户数量达到 2.45亿人。预计到2022年，全球流媒体视频市场将达到186.53亿美元，用户规模突破 4 亿人。

2016-2022年全球流媒体视频市场和用户增长情况 数据来源：公开数据整理

不断扩张的网络影视节目市场，将推动电声产品的应用频率和应用场景不断扩张，特

别是进一步提升视听娱乐体验的中高端电声产品的市场需求将逐步增长。

## （2）国内市场

近年来我国网络视频用户规模持续增长，网络视频在各类网络娱乐类应用中处于首要位置。我国网络视频用户数量的不断攀升，以及用户对网络视频使用频率的不断提高，带来了在线视频行业市场规模的不断扩张。在这一趋势下，电声产品的应用频率和应用场景不断增多，深度用户对耳机产品的更新需求更为强劲，而网络视频在节目形式、传播形式、内容质量上的深入发展，也将对耳机、音箱等电声产品的质量、功能等提出更高要求。

## 3、电子游戏

### （1）全球市场

游戏耳机、游戏音箱等具有特色的细分电声产品领域是电声产品的重要需求来源。近年来，随着网络游戏产业快速发展、发展中国家市场迅速增长，全球电子游戏市场规模不断扩大。

根据数据显示，2017年全球游戏市场规模预计为1089亿美元，同比增长7.8%。根据统计，全球已有 22 亿电子游戏玩家，为电子游戏及其上下游产业创造了庞大的发展空间。在游戏市场和游戏技术快速发展的推动下，游戏产品持续提升游戏音效、音乐，电子游戏玩家对电声产品的需求将持续增长。未来，在虚拟现实技术得到快速推广的背景下，应用于电子游戏领域的电声产品的技术水平将快速提升，有利于电声行业持续升级。

### （2）国内市场

近年来随着我国网络游戏产业快速发展，我国电子游戏市场规模也不断扩大。随着我国电子游戏产业进一步成熟，游戏产品持续提升游戏音效、音乐，电子游戏玩家对电声产品的需求将持续增长。电竞产业对游戏耳机更将形成直接、持续的需求。

根据数据显示，中国游戏市场实际销售收入达到1050.0亿元，同比增长5.2%。其中，移动游戏市场实际销售收入634.1亿元；客户端游戏市场实际销售收入315.5 亿元；网页游戏市场实际销售收入72.6亿元；社交游戏市场实际销售收入22.6亿元；家庭游戏机游戏市场实际销售收入4.2亿元。

2010-2018年1-6月中国游戏市场实际销售收入及增速 数据来源：公开数据整理

## 二、消费电子产品的配套需求

电声产品可作为一系列消费电子产品的配套设备，包括手机、各类电脑、游戏机、电视、可穿戴设备等，因此电声产品的市场与其他电子产品的市场密切相关。

### 1、全球市场

近年来，全球智能手机、平板电脑、可穿戴设备等新一代消费电子设备快速发展，个人电脑等市场迭代加速，促使全球电声产品的市场需求不断扩大。庞大的智能手机市场对电声产品产生了大量的配套需求，将推动市场持续扩大。未来，随着智能手机性能更好、功能更多、接口更精密，其对耳机的传输、音质等性能要求更高，将推动配套电声产品的技术含

量不断提升。2011-2016年全球智能手机年出货量及增长情况 数据来源：公开数据整理

## 2、国内市场

据数据显示，2017年中国智能手机市场出货量4.44亿部，较2016年略有下降，但排名靠前的厂商的出货量不降反升，国内智能手机竞争的集中度不断提高。其中，华为出货量达9,090万部，市场份额占比为20.4%位列首位，相比2016年涨幅18.6%；OPPO出货量达8,050万部，市场份额占比为18.1%位列次席，同比增长2.7%；vivo以6,860万部出货量位列第三；而小米则以5,510万部排名第四，年增幅达到了32.6%。

综上所述，虽然整体而言中国智能手机市场的出货量略有下降，国内领先智能手机厂商由于领先的研发水平，可以及时推出符合市场潮流的新品，出货量依然维持着强劲增长的趋势，为其服务的配套电声产品制造商的发展提供了保障。

### 三、升级性的智能化电声产品需求

和传统电声产品不同，升级性的智能电声产品除了具有播放、采集声音信息的功能，还具备语音控制、语义识别、主动降噪、运动健康监测、虚拟现实声学、和其他智能设备互联等功能，大大丰富了电声产品的应用环境，满足了消费者对电声产品在聆听声音之外的升级性需求，提升了电声产品的潜在需求空间。

#### 1、智能耳机

智能耳机借鉴了可穿戴设备的发展思路，将运动监测、语音助手、触觉和动作感知、翻译、位置情景模式切换等功能集成于耳机当中，能够满足消费者工作和生活中的多种复杂应用需求，改变了以往耳机只作为音频播放工具的定位。新型智能耳机以其轻便、智能、时尚的特性，赢得了众多消费者的喜爱，引领了电声行业整体的发展潮流。根据资料，2017年全球智能耳机出货量达到560万只，到2022年将达到1,370万只，形成22亿美元的市场。

目前市场上智能耳机主要可以分为三类：具有运动健康监测功能的可穿戴耳机、搭载语音交互功能的智能耳机以及运用其他技术手段比如主动降噪等相对传统的智能耳机。在众多智能耳机当中，运动健康监测类产品有着特别的优势。耳朵非常适合采集心率、计步、血氧和温度等多项人体生理信息，因此智能耳机能够更加准确、及时地测量人体健康，在智能化的身体监测方面有较强的竞争力。结合蓝牙传输技术，智能耳机能够和智能手机紧密协同工作，将人体数据实时传递到智能手机上进行存储和分析。同时，对于习惯佩戴耳机的人群，更容易接受智能耳机作为身体监测的载体。

#### 2、智能音箱

智能音箱超越了传统音箱播放音乐的功能，可以看做是以语音交互为界面的新型家用计算设备。近年来，随着智能家居产业链逐渐成熟和语音交互技术迅速发展，智能音箱已成为智能家居环境的常见入口，在国际市场上的渗透率迅速提升。国际市场上，亚马逊Echo、Google Home、苹果Homepod、微软Invoke等产品已经形成了较大的影响力，国内的科大讯飞、阿里、小米、喜马拉雅等公司也推出了各自的智能音箱产品。未来，随着智能音

箱相关的远场拾音、语音识别、语音合成、语义理解、人工智能等一系列技术不断成熟，消费者使用体验持续提升，智能音箱将迎来更为广阔的市场空间。（ww）

观研天下发布的《2019年中国电声行业分析报告-产业规模现状与发展规划趋势》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。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。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。

## 【报告大纲】

### 第一章 2016-2018年中国电声行业发展概述

#### 第一节 电声行业发展情况概述

- 一、电声行业相关定义
- 二、电声行业基本情况介绍
- 三、电声行业发展特点分析

#### 第二节 中国电声行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
  - 二、电声行业产业链条分析
  - 三、中国电声行业产业链环节分析
- 1、上游产业

## 2、下游产业

### 第三节 中国电声行业生命周期分析

#### 一、电声行业生命周期理论概述

#### 二、电声行业所属的生命周期分析

### 第四节 电声行业经济指标分析

#### 一、电声行业的赢利性分析

#### 二、电声行业的经济周期分析

#### 三、电声行业附加值的提升空间分析

### 第五节 国中电声行业进入壁垒分析

#### 一、电声行业资金壁垒分析

#### 二、电声行业技术壁垒分析

#### 三、电声行业人才壁垒分析

#### 四、电声行业品牌壁垒分析

#### 五、电声行业其他壁垒分析

## 第二章 2016-2018年全球电声行业市场发展现状分析

### 第一节 全球电声行业发展历程回顾

### 第二节 全球电声行业市场区域分布情况

### 第三节 亚洲电声行业地区市场分析

#### 一、亚洲电声行业市场现状分析

#### 二、亚洲电声行业市场规模与市场需求分析

#### 三、亚洲电声行业市场前景分析

### 第四节 北美电声行业地区市场分析

#### 一、北美电声行业市场现状分析

#### 二、北美电声行业市场规模与市场需求分析

#### 三、北美电声行业市场前景分析

### 第五节 欧盟电声行业地区市场分析

#### 一、欧盟电声行业市场现状分析

#### 二、欧盟电声行业市场规模与市场需求分析

#### 三、欧盟电声行业市场前景分析

### 第六节 2019-2025年世界电声行业分布走势预测

### 第七节 2019-2025年全球电声行业市场规模预测

## 第三章 中国电声产业发展环境分析

### 第一节 我国宏观经济环境分析

#### 一、中国GDP增长情况分析

#### 二、工业经济发展形势分析

三、社会固定资产投资分析

四、全社会消费品电声总额

五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国电声行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国电声产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

第四章 中国电声行业运行情况

第一节 中国电声行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国电声行业市场规模分析

第三节 中国电声行业供应情况分析

第四节 中国电声行业需求情况分析

第五节 中国电声行业供需平衡分析

第六节 中国电声行业发展趋势分析

第五章 中国电声所属行业运行数据监测

第一节 中国电声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 中国电声所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国电声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

第六章 2016-2018年中国电声市场格局分析

第一节 中国电声行业竞争现状分析

一、中国电声行业竞争情况分析

二、中国电声行业主要品牌分析

第二节 中国电声行业集中度分析

一、中国电声行业市场集中度分析

二、中国电声行业企业集中度分析

第三节 中国电声行业存在的问题

第四节 中国电声行业解决问题的策略分析

第五节 中国电声行业竞争力分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章 2016-2018年中国电声行业需求特点与动态分析

第一节 中国电声行业消费市场动态情况

第二节 中国电声行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 电声行业成本分析

第四节 电声行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国电声行业价格现状分析

第六节 中国电声行业平均价格走势预测

一、中国电声行业价格影响因素

二、中国电声行业平均价格走势预测

三、中国电声行业平均价格增速预测

第八章 2016-2018年中国电声行业区域市场现状分析

第一节 中国电声行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区电声市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区电声市场规模分析

四、华东地区电声市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区电声市场规模分析

四、华中地区电声市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区电声市场规模分析

第九章 2016-2018年中国电声行业竞争情况

第一节 中国电声行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 中国电声行业SWOT分析

一、行业优势分析

二、行业劣势分析

三、行业机会分析

四、行业威胁分析

第三节 中国电声行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

## 第十章 电声行业企业分析（随数据更新有调整）

### 第一节 企业

#### 一、企业概况

#### 二、主营产品

#### 三、运营情况

#### 1、主要经济指标情况

#### 2、企业盈利能力分析

#### 3、企业偿债能力分析

#### 4、企业运营能力分析

#### 5、企业成长能力分析

#### 四、公司优劣势分析

### 第二节 企业

#### 一、企业概况

#### 二、主营产品

#### 三、运营情况

#### 四、公司优劣势分析

### 第三节 企业

#### 一、企业概况

#### 二、主营产品

#### 三、运营情况

#### 四、公司优劣势分析

### 第四节 企业

#### 一、企业概况

#### 二、主营产品

#### 三、运营情况

#### 四、公司优劣势分析

### 第五节 企业

#### 一、企业概况

#### 二、主营产品

#### 三、运营情况

#### 四、公司优劣势分析

## 第十一章 2019-2025年中国电声行业发展前景分析与预测

### 第一节 中国电声行业未来发展前景分析

#### 一、电声行业国内投资环境分析

#### 二、中国电声行业市场机会分析

### 三、中国电声行业投资增速预测

#### 第二节中国电声行业未来发展趋势预测

#### 第三节中国电声行业市场发展预测

##### 一、中国电声行业市场规模预测

##### 二、中国电声行业市场规模增速预测

##### 三、中国电声行业产值规模预测

##### 四、中国电声行业产值增速预测

##### 五、中国电声行业供需情况预测

#### 第四节中国电声行业盈利走势预测

##### 一、中国电声行业毛利润同比增速预测

##### 二、中国电声行业利润总额同比增速预测

### 第十二章 2019-2025年中国电声行业投资风险与营销分析

#### 第一节 电声行业投资风险分析

##### 一、电声行业政策风险分析

##### 二、电声行业技术风险分析

##### 三、电声行业竞争风险

##### 四、电声行业其他风险分析

#### 第二节 电声行业企业经营发展分析及建议

##### 一、电声行业经营模式

##### 二、电声行业销售模式

##### 三、电声行业创新方向

#### 第三节 电声行业应对策略

##### 一、把握国家投资的契机

##### 二、竞争性战略联盟的实施

##### 三、企业自身应对策略

### 第十三章2019-2025年中国电声行业发展策略及投资建议

#### 第一节 中国电声行业品牌战略分析

##### 一、电声企业品牌的重要性

##### 二、电声企业实施品牌战略的意义

##### 三、电声企业品牌的现状分析

##### 四、电声企业的品牌战略

##### 五、电声品牌战略管理的策略

#### 第二节中国电声行业市场的关键客户战略实施

##### 一、实施关键客户战略的必要性

- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

### 第三节 中国电声行业战略综合规划分析

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

## 第十四章 2019-2025年中国电声行业发展策略及投资建议

### 第一节 中国电声行业产品策略分析

- 一、服务产品开发策略
- 二、市场细分策略
- 三、目标市场的选择

### 第二节 中国电声行业定价策略分析

### 第三节 中国电声行业营销渠道策略

- 一、电声行业渠道选择策略
- 二、电声行业营销策略

### 第四节 中国电声行业价格策略

### 第五节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国电声行业重点投资区域分析
- 二、中国电声行业重点投资产品分析

图表详见正文 . . . . .

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/yuanqijian/379490379490.html>