



艾凯咨询
ICAN Consulting

2009年中国音响行业市场分析及 发展前景预测报告

一、调研说明

《2009年中国音响行业市场分析及发展前景预测报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/10232.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.com

联系人： 刘老师

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、摘要、目录、图表

第一章 2009年中国音响行业市场运行环境解析

一、2009年中国经济发展环境分析

- (一) 2009年前三季度经济运行情况
- (二) 全球金融危机对中国产业格局影响
- (三) 中国应对金融危机的措施

二、2009年中国音响行业政策环境分析

- (一) 《音响设备安全检验项目及标准》
- (二) 《歌舞厅扩声标准》
- (三) 《MIDI音源的三个标准》

第二章 2009年全球音响行业整体发展态势概述

一、2009年全球音响行业发展概况分析

- (一) 全球音响行业特征分析
- (二) 全球音响行业发展速度分析
- (三) 全球音响行业技术情况分析

二、2009年全球音响市场运营形势分析

- (一) 市场规模
- (二) 供需情况分析
- (三) 市场价格走势分析

三、2009年全球音响行业面临的挑战

四、2009-2012年全球音响行业发展趋势分析

第三章 2009年中国音响行业发展现状综述

一、2009年中国音响行业发展历程

- (一) 行业发展回顾
- (二) 行业发展影响因素

二、2009年中国音响行业特征分析

- (一) 行业增长速度
- (二) 行业技术更新情况
- (三) 产品价格走势情况

三、2009年中国音响行业动态分析

- (一) 中国音响行业强势发展的表现
- (二) 音响行业热点产品分析

第四章 2009年中国音响行业市场发展现状剖析

一、2009年中国音响市场概况

- (一) 国内音响市场热点分析
- (二) 音响市场追逐高端路线
- (三) 音响市场进入全新的迷你时代

二、2009年中国音响供给态势分析

- (一) 2009年中国音响产能分析
- (二) 中低、高端产品的供给能力分析

三、2009年中国音响需求态势分析

- (一) 2009年中国音响需求总量分析
- (二) 中低、高端需求的供给分析

四、2009年中国音响进出口局势分析

五、2009年中国音响市场存在的问题

- (一) 音响市场面临的困境
- (二) 中国音响产业的缺陷
- (三) 中国音响产业市场低迷

第五章 2009年中国音响行业市场营销分析

一、2009年中国音响市场消费现状简析

- (一) 2009年中国中国音响消费市场分析
- (二) 音响消费观念发生转变
- (三) 音响"更新"消费开始显现
- (四) 音响消费步入多元化时代
- (五) 音响消费普及的限制因素

二、2009年中国各省市音响消费现状透析

- (一) 广东音响成为新的消费热点
- (二) 东莞高端音响渐成消费主流
- (三) 厦门音响消费市场需求大
- (四) 长沙音响消费景气指数快速上升

三、2009年中国音响行业销售出路分析

(一) 音响销售联合即强方式

(二) 音响销售专卖店趋势

(三) 音响销售社区模式应用

第六章 2009年中国音响待业细分产品市场运营态势探究

一、家用音响

(一) 家用音响现状综述

(二) 家用音响企业战略转型行为分析

(三) 家庭影院发展现状

(四) 家庭影院音响市场供需分析

(五) 制约家庭影院发展的因素

二、专业音响

(一) 中国专业音响行业的发展现状分析

(二) 专业音响工程施工技术分析

(三) 影响专业音响产业发展的因素

三、汽车音响

(一) 中国汽车音响市场呈现"三分天下"的局面

(二) 中国汽车音响经销分析

(三) 影响专业音响产业发展的因素

四、组合音响

(一) 中国组合音响发展现状

(二) 中国组合音响在行业中的地位

第七章 2009年中国音响市场消费者购买行为调查分析

一、2009年中国音响消费者购买行为分析

(一) 音响购买动机分析

(二) 音响消费者偏好分析

(三) 音响消费者的品牌认知度分析

(四) 音响消费者对产品电气性能关注度分析

(五) 音响消费者对产品价格关注度分析

(六) 音响消费者对质量关注度分析

(七) 音响消费者对外观关注度分析

(八) 消费者未购买音响的原因分析

二、2009年中国音响消费者满意度分析

(一) 消费者产品满意度

(二) 消费者服务满意度

(三) 消费者功能满意度

(四) 消费者价格满意度

(五) 影响消费者满意度的因素分析

第八章 2009年中国音响行业行业竞争格局探析

一、2009年国外企业对中国音响市场的争夺

(一) 全球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

二、2009年中国音响企业竞争现状

(一) 中国音响行业出现两极分化竞争状况

(二) 音响市场竞争企业转型仍需谨慎

(三) 中国音响竞争在理性中升华

(四) 音响企业应对市场巨变的战略

三、2009年中国音响行业的品牌竞争分析

(一) 国内音响市场品牌集中度逐渐提高

(二) 音响市场品牌持续整合动荡的局面

(三) 中国打造全球音响名牌的途径

四、2009年中国音响制造企业的竞争手段概况

(一) CAV 丽声

(二) 步步高

(三) 万利达

(四) 新科

第九章 全球知名音响企业分析

一、美国-狮王

（一）企业概况

（二）企业发展战略分析

二、日本-JVC

（一）企业概况

（二）企业发展战略分析

三、英国-曼琴

（一）企业概况

（二）企业发展战略分析

四、法国-劲浪

（一）企业概况

（二）企业发展战略分析

五、丹麦-丹拿

（一）企业概况

（二）企业发展战略分析

六、意大利-世霸

（一）企业概况

（二）企业发展战略分析

第十章 中国音响行业重点企业分析

一、惠州三星电子有限公司

（一）企业概况

（二）企业经营状况分析

（三）企业竞争力分析

二、三洋电机(蛇口)有限公司

（一）企业概况

（二）企业经营状况分析

（三）企业竞争力分析

三、新利实业（深圳）有限公司

（一）企业概况

（二）企业经营状况分析

（三）企业竞争力分析

四、华声电子制品（惠阳）有限公司

(一) 企业概况

(二) 企业经营状况分析

(三) 企业竞争力分析

五、苏尔音响灯光实业(佛山南海)有限公司

(一) 企业概况

(二) 企业经营状况分析

(三) 企业竞争力分析

六、东莞市奇声电子实业有限公司

(一) 企业概况

(二) 企业经营状况分析

(三) 企业竞争力分析

七、美加科技(中山)有限公司

(一) 企业概况

(二) 企业经营状况分析

(三) 企业竞争力分析

第十一章 2009-2012年中国音响行业发展与投资前景分析

一、2009-2012年中国音响行业发展趋势分析

(一) 数字化

(二) 多功能化

(三) 网络化

(四) 智能化和小型化

二、2009-2012年中国音响市场发展前景预测分析

(一) 国外风险投资争夺中国音响领域

(二) 日资音响企业扩大在中国市场投资

(三) 音响潜在可开拓市场分析

三、2009-2012年中国音响企业市场营销策略点评

(一) 注重定位和产品差异化定位

(二) 实施品牌忠诚的营销策略

(三) 建立完善的顾客服务系统

(四) 提高产品质量,赋予产品新的特色

(五) 寻找和进入新的细分市场

四、2009-2012年中国音响行业投资分析

（一）中国汽车音响发展前景广阔

（二）中国专业音响产业前景看好

（三）Hi-Fi音响成为消费热点

（四）组合音响市场迷你风格流行

（五）中国音响行业投资风险分析

五、2009-2012年中国音响行业投资策略分析

图表目录（部分）：

图表：2006-2009年三季度中国GDP增长情况

图表：2009年前三季度中国三大产业结构

图表：2003-2009年中国工业增加值增长率

图表：2005-2009年中国固定资产投资及消费品零售增长情况

图表：2007年9月-2009年9月中国CPI、PPI走势

图表：2009年1-9月中国外贸增长情况

图表：2009年1-9月份我国部分行业调整变化（同比增长率%）

图表：2009年1-9月份我国周期性行业调整变化（同比增长率%）

图表：2009年1-9月份耐用消费类产业出现负增长（同比增长率%）

图表：近期公布的刺激经济的政策一览表

图表：提高出口退税率的清单

图表：略……

更多图表见报告正文

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/10232.html>

三、研究方法

1、系统分析方法

- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。