



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](mailto: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&hellip;&hellip;

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](http://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。