



艾凯咨询
ICAN Consulting

2009-2012年收音机行业市场竞争格局与投资咨询报告

一、调研说明

《2009-2012年收音机行业市场竞争格局与投资咨询报告》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/106107.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

摘要

2009年，被大多数中国家庭淘汰了的收音机，凭借新技术，又成了时髦消费。收音机在很多国家都还是家庭必备品。世界上60%的地震都发生在日本，而日本每个家庭都会至少备用两台随时可用的收音机，以防地震不测，可以接收指令，了解周边情况；在英国，居民应付紧急事故储备的物品中，有一项必备物品就是一台用电池的收音机以及备用电池；土耳其专家最近研制的最新抗震床的标准配置也有收音机。在2008年的冰灾合地震之时，是传统的无线电广播再次及时承担起传递救援信息、安定灾区群众情绪的重要作用。中宣部和中国人民解放军总政治部在2008年选定了德劲收音机为广播救援物资。2009年在中国市场，手机FM收音机芯片的出货量将为1.2亿个。在2007年，国内有很多射频芯片设计公司进入FM芯片领域，据统计超过10家。从市场占有率看，锐迪科是成功的。在这个庞大的市场上，主要供应商是锐迪科（RDA）、芯科实验室（SiliconLabs）和恩智浦（NXP）。其中锐迪科占据了几乎一半的市场份额，芯科实验室的份额为23%。面对国内超过3亿的手机设计量，未来仍然会有更多的中国射频芯片设计公司进入FM、蓝牙、Wi-Fi以及GPS领域。全球从模拟广播转向数字电台的消费者数量将出现强劲增长。到2010年，这种趋势将推动数字广播收音机的出货数量达到2500万台。与传统广播方式相比，数字广播的接收条件更为优越，并且能实现多种“数据服务”，包括为用户提供各类文本信息，比如艺术家姓名、歌曲标题、气象预报和学校停课信息等等。用户可在数字广播收音机的屏幕上滚动查询有关信息。73%的美国消费者对高保真电台广播的性质有一定程度了解。另一方面，在欧洲，尤其是在英国，数字电台广播已经成为主要的广播形式。

也许是经历了太久的沉寂，在数字化和网络化浪潮来势汹涌的背景下，广播媒介爆发了巨大的转变，实现了传统广播与数字广播的融合发展，随着DAB、CMMB等新技术的广泛应用和普及，人们更加喜欢广播所展现出来的新生命力，以至于2007年伊始，广播界就出现了这样一个新的趋势：广播在户外的收听率在某些时段已经高于在家收听率，且广播户外收听的费用已经达到30%左右，特别是在北京地区这一比率已经超过了40%，这使得户外移动收听成为传统广播新的价值增长点。有超过30%的听众更喜欢使用便携式的收听设备，比如手机、MP3、PDA、笔记本电脑等，终端的多样化和移动性使得广播在移动状态下的收听率从2007年的15.7%上升至2008年的16.2%。而广播户外、移动收听率的飙升还有赖于另一因素，那就是我国汽车保有量的不断提升以及广播在户外交通工具上的广泛覆盖。备受有车一族狂热追捧的车载广播在2008年的收听比率已经达到41%，比2007年的35%增加了6个百分点。庞大的移动人群构建了庞大的广播移动市场，未来的发展空间无法估量。2008年的广播历经了一

场又一场的洗礼，而新媒体技术的日趋成熟为广播的蓬勃发展成功填翼。2008年我国广播的接触率为60.2%，现实听众规模已达到了6.53亿人，比2007年增加了约700万人，其中城市听众为3.94亿人，农村地区的听众规模为2.57亿人。在传媒行业的激烈竞争中，广播媒体用行动向大家证明了自己的实力，而且随着DAB和CMMB等新技术的日趋风靡，越来越多的高学历、高收入的白领一族也成为广播的忠实听众，广播受众人群日益年轻化的现象将会更加明显。

本研究咨询报告其中主要依据了国家统计局、国家海关总署、国家商务部、国家经济信息中心、中国家电行业协会、全国商业信息中心、国民经济景气监测中心、全国及海外多种相关报刊杂志的基础信息，对我国收音机行业的市场规模与前景、供给与需求状况、市场格局与分布、进出口情况、销售渠道及模式等进行了详细研究，并重点了中国收音机市场状况，探讨了收音机业发展陷入困境重又获得生机的深层次原因。报告还对行业内优势品牌的经营策略和发展动向进行了深入剖析，对收音机行业的未来技术发展趋势进行了研判，是收音机生产企业、科研单位、经销企业等单位准确了解目前收音机行业发展动态，把握企业定位和发展战略不可多得的决策参考资料。

目录

CONTENTS

第一部分 行业发展现状

第一章 收音机行业发展概述

第一节 收音机行业基本知识

一、收音机的定义

二、收音机的分类

第二节 收音机行业发展成熟度

一、行业发展历程

二、行业发展周期

三、行业中外市场成熟度对比

四、行业及其主要子行业成熟度

第二章 国外收音机行业发展

第一节 全球收音机产业发展格局

一、2008-2009年市场发展现状

二、2008-2009年市场竞争格局

三、2008-2009年全球市场发展特点

第二节 美国收音机产业发展

一、2008年美国收音机产业发展现状

二、美国收音机产业优势和劣势

三、美国收音机产业发展趋势

第三节 日本收音机产业发展

一、2008年日本收音机产业发展现状

二、日本收音机产业优势和劣势

三、日本收音机产业发展趋势

第三章 中国收音机行业发展

第一节 2008年中国收音机行业发展状况

一、2008年收音机行业发展状况

二、2008年中国收音机行业发展动态

三、2008年收音机行业经营业绩

四、2008年我国收音机行业发展热点

第二节 2009年收音机行业发展机遇和挑战

一、2009年收音机行业发展机遇

二、2009年金融危机对收音机行业影响

三、2009年国家投资对收音机行业影响

第三节 2009年中国收音机市场供需状况

一、2009年中国收音机行业供给能力

二、2009年中国收音机市场供给

三、2009年中国收音机市场需求

四、2009中国收音机产品价格

第四章 收音机产业经济运行

第一节 2008年1-12月我国收音机行业经济运行

一、2008年1-12月我国收音机行业经济运行总述

二、2008年1-12月我国收音机产品销售情况

三、2008年1-12月我国收音机应收账款总额情况

四、2008年1-12月我国收音机产成品存货情况

五、2008年1-12月我国收音机产品出口交货值情况

六、2008年1-12月我国收音机各地区生产销售情况

第二节 2009年1-4月我国收音机行业经济运行

一、2009年1-4月我国收音机行业经济运行总述

二、2009年1-4月我国收音机产品销售情况

三、2009年1-4月我国收音机应收账款总额情况

四、2009年1-4月我国收音机产成品存货情况

五、2009年1-4月我国收音机产品出口交货值情况

六、2009年1-4月我国收音机各地区生产销售情况

第三节 2008-2009年中国收音机产销

一、2008-2009年中国收音机产量

二、2008-2009年中国收音机产量区域格局

三、2008-2009年中国收音机产量集中度

四、2008-2009年中国收音机销量

五、2008-2009年收音机产品销售

第五章 我国收音机产业进出口

第一节 我国收音机进口

一、2008年进口总量

二、2008年进口结构

三、2008年进口区域

第二节 我国收音机出口

一、2008年出口总量

二、2008年出口结构

三、2008年出口区域

第三节 我国收音机进出口预测

一、2009年1季度进口

二、2009年1季度出口

三、2009年进口预测

四、2009年出口预测

第六章 中国收音机消费者

第一节 消费者对收音机的消费偏好

- 一、消费者收音机品牌偏好
- 二、收音机用户满意度调查
- 三、收音机用户满意度测评
- 四、收音机用户需求变化

第二节 收音机企业的营销策略

- 一、收音机销售人员的素质
- 二、收音机企业的销售管理
- 三、收音机企业的渠道创新策略

第三节 收音机差异化营销策略

- 一、创造客户就是创造差异
- 二、产品差异化、市场差异化和形象差异化
- 三、以市场调查、细分和定位为基础的差异化策略

第四节 收音机企业的跨媒体宣传策略

- 一、市场研究
- 二、目标用户购买行为研究
- 三、媒介研究
- 四、广告研究

第二部分 行业竞争格局

第七章 收音机行业竞争格局

第一节 中国收音机行业的发展周期

- 一、收音机行业的增长性与波动性
- 二、2009年收音机行业的经济周期
- 三、2009年收音机行业的成熟度

第二节 收音机行业竞争

- 一、国际市场发展现状
- 二、2008-2009年国际市场竞争
- 三、2008-2009年国内市场竞争
- 四、国际市场变化对国内市场影响

第三节 2008-2009年我国收音机竞争

- 一、2008-2009年我国收音机品牌竞争

- 二、2008-2009年国内外收音机厂商竞争力对比
- 三、2009年我国收音机市场集中度
- 四、2009年国内主要收音机企业动向
- 五、2009年国内收音机拟在建项目

第八章 收音机企业竞争策略

第一节 收音机市场竞争策略

- 一、2009年收音机市场增长潜力
- 二、2009年收音机主要潜力品种
- 三、现有收音机产品竞争策略
- 四、潜力收音机品种竞争策略选择
- 五、典型企业产品竞争策略

第二节 收音机企业竞争策略

- 一、金融危机对收音机行业竞争格局的影响
- 二、金融危机后收音机行业竞争格局的变化
- 三、2009-2012年我国收音机市场竞争趋势
- 四、2009-2012年收音机行业竞争格局展望
- 五、2009-2012年收音机行业竞争策略
- 六、2009-2012年收音机企业竞争策略

第九章 国内收音机重点企业竞争

第一节 厦门松下电子信息有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势
- 三、2008-2009年经营状况
- 四、2009-2012年发展战略

第二节 东莞市德生通用电器制造有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势
- 三、2008-2009年经营状况
- 四、2009-2012年发展战略

第三节 中山市理丹电器有限公司

一、企业概况

二、竞争优势

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第四节 佛山市南海狮山智讯电子厂

一、企业概况

二、竞争优势

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第五节 东莞樟木头十和电子厂

一、企业概况

二、竞争优势

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第六节 中山市汇升电子有限公司

一、企业概况

二、竞争优势

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第七节 耀时实业（深圳）有限公司

一、企业概况

二、竞争优势

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第八节 深圳市超维实业有限公司

一、企业概况

二、竞争优势

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第三部分 行业前景预测

第十章 收音机发展趋势

第一节 2009年收音机产业发展趋势

一、2009年收音机技术趋势

二、2009年收音机价格趋势

第二节 2009-2010年中国收音机行业发展趋势

一、2009-2010年中国收音机行业发展

二、2009-2010年中国收音机行业技术开发方向

第三节 2009-2012年中国收音机行业前景展望

一、收音机行业市场格局及竞争趋势展望

二、2009-2012年收音机行业经济效益

三、决定收音机企业市场竞争力的关键因素

第十一章 未来收音机行业发展预测

第一节 2009-2012年国际收音机市场预测

一、2009-2012年全球收音机行业产能预测

二、2009-2012年全球收音机市场需求前景

三、2009-2012年全球收音机市场价格预测

第二节 2009-2012年国内收音机市场预测

一、2009-2012年国内收音机行业产能预测

二、2009-2012年国内收音机行业产量预测

三、2009-2012年国内收音机市场需求前景

四、2009-2012年国内收音机市场价格预测

五、2009-2012年国内收音机行业集中度预测

第三节 2009-2012年收音机行业运行状况预测

一、2009-2012年行业工业总产值预测

二、2009-2012年行业销售收入预测

三、2009-2012年企业数量及变化趋势预测

四、2009-2012年行业利润指标及变化趋势预测

五、2009-2012年行业总资产预测

第四部分 投资战略研究

第十二章 收音机行业投资现状

第一节 2008年收音机行业投资情况

一、2008年总体投资及结构

二、2008年投资规模情况

三、2008年投资增速情况

四、2008年分行业投资

五、2008年分地区投资

六、2008年外商投资情况

第二节 2009年1-4月收音机行业投资情况

一、2009年1-4月总体投资及结构

二、2009年1-4月投资规模情况

三、2009年1-4月投资增速情况

四、2009年1-4月分行业投资

五、2009年1-4月分地区投资

六、2009年1-4月外商投资情况

第十三章 收音机行业投资环境

第一节 经济发展环境

一、2008-2009年我国宏观经济运行情况

二、2009-2012年我国宏观经济形势

三、2009-2012年投资趋势及其影响预测

第二节 政策法规环境

一、2009年收音机行业政策环境

二、2009年国内宏观政策对其影响

三、2009年行业产业政策对其影响

第三节 社会发展环境

一、国内社会环境发展现状

二、2009年社会环境发展

三、2009-2012年社会环境对行业的影响

第四节 电子信息产业振兴规划

一、电子信息产业振兴规划概述

二、电子信息产业振兴规划细则

三、电子信息产业振兴规划三大任务

四、电子信息产业振兴规划六大工程

- 五、电子信息产业振兴规划十项措施
- 六、电子信息产业振兴规划的意义与作用
- 七、电子信息产业振兴规划对收音机行业的影响

第十四章 收音机行业投资机会与风险

第一节 收音机行业投资效益

- 一、2008-2009年收音机行业投资状况
- 二、2009-2012年收音机行业投资效益
- 三、2009-2012年收音机行业投资趋势预测
- 四、2009-2012年收音机行业的投资方向
- 五、2009-2012年收音机行业投资的建议
- 六、新进入者应注意的障碍因素

第二节 影响收音机行业发展的主要因素

- 一、2009-2012年影响收音机行业运行的有利因素
- 二、2009-2012年影响收音机行业运行的稳定因素
- 三、2009-2012年影响收音机行业运行的不利因素
- 四、2009-2012年我国收音机行业发展面临的挑战
- 五、2009-2012年我国收音机行业发展面临的机遇

第三节 收音机行业投资风险及控制策略

- 一、2009-2012年收音机行业市场风险及控制策略
- 二、2009-2012年收音机行业政策风险及控制策略
- 三、2009-2012年收音机行业经营风险及控制策略
- 四、2009-2012年收音机行业技术风险及控制策略
- 五、2009-2012年收音机同业竞争风险及控制策略
- 六、2009-2012年收音机行业其他风险及控制策略

第十五章 收音机行业投资战略研究

第一节 收音机行业发展战略研究

- 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

第二节 对我国收音机品牌的战略思考

一、企业品牌的重要性

二、收音机实施品牌战略的意义

三、收音机企业品牌的现状

四、我国收音机企业的品牌战略

五、收音机品牌战略管理的策略

第三节 2009-2012年收音机行业投资战略研究

一、2009年电子信息行业投资战略

二、2009年我国收音机行业投资战略

三、2009-2012年收音机行业投资战略

四、2009-2012年细分行业投资战略

图表目录

图表：2002-2008年全球收音机产业销售收入

图表：2002-2008年全球收音机产业销售收入变化趋势

图表：1999-2008年中国收音机产业销售额变化趋势图

图表：2008年1-12月收音机行业主要经济指标全国合计

图表：2008年1-12月收音机行业主要经济指标北京市合计

图表：2008年1-12月收音机行业主要经济指标天津市合计

图表：2008年1-12月收音机行业主要经济指标河北省合计

图表：2008年1-12月收音机行业主要经济指标山西省合计

图表：2008年1-12月收音机行业主要经济指标内蒙古合计

图表：2008年1-12月收音机行业主要经济指标辽宁省合计

图表：2008年1-12月收音机行业主要经济指标吉林省合计

图表：2008年1-12月收音机行业主要经济指标黑龙江合计

图表：2008年1-12月收音机行业主要经济指标上海市合计

图表：2008年1-12月收音机行业主要经济指标江苏省合计

图表：2008年1-12月收音机行业主要经济指标浙江省合计

图表：2008年1-12月收音机行业主要经济指标安徽省合计

图表：2008年1-12月收音机行业主要经济指标福建省合计
图表：2008年1-12月收音机行业主要经济指标江西省合计
图表：2008年1-12月收音机行业主要经济指标山东省合计
图表：2008年1-12月收音机行业主要经济指标河南省合计
图表：2008年1-12月收音机行业主要经济指标湖北省合计
图表：2008年1-12月收音机行业主要经济指标湖南省合计
图表：2008年1-12月收音机行业主要经济指标广东省合计
图表：2008年1-12月收音机行业主要经济指标广西区合计
图表：2008年1-12月收音机行业主要经济指标海南省合计
图表：2008年1-12月收音机行业主要经济指标重庆市合计
图表：2008年1-12月收音机行业主要经济指标四川省合计
图表：2008年1-12月收音机行业主要经济指标云南省合计
图表：2008年1-12月收音机行业主要经济指标陕西省合计
图表：2008年1-12月收音机行业主要经济指标甘肃省合计
图表：2008年1-12月收音机行业主要经济指标青海省合计
图表：2008年1-12月收音机行业主要经济指标宁夏区合计
图表：2008年1-12月收音机行业主要经济指标新疆区合计
图表：2008年2月收音机行业收入前十家企业
图表：2008年5月收音机行业收入前十家企业
图表：2008年8月收音机行业收入前十家企业
图表：2008年11月收音机行业收入前十家企业
图表：2009年1-3月收音机行业主要经济指标全国合计
图表：2009年1-3月收音机行业主要经济指标北京市合计
图表：2009年1-3月收音机行业主要经济指标天津市合计
图表：2009年1-3月收音机行业主要经济指标河北省合计
图表：2009年1-3月收音机行业主要经济指标山西省合计
图表：2009年1-3月收音机行业主要经济指标内蒙古合计
图表：2009年1-3月收音机行业主要经济指标辽宁省合计
图表：2009年1-3月收音机行业主要经济指标吉林省合计
图表：2009年1-3月收音机行业主要经济指标黑龙江合计
图表：2009年1-3月收音机行业主要经济指标上海市合计
图表：2009年1-3月收音机行业主要经济指标江苏省合计

图表：2009年1-3月收音机行业主要经济指标浙江省合计

图表：2009年1-3月收音机行业主要经济指标安徽省合计

图表：2009年1-3月收音机行业主要经济指标福建省合计

图表：2009年1-3月收音机行业主要经济指标江西省合计

图表：2009年1-3月收音机行业主要经济指标山东省合计

图表：2009年1-3月收音机行业主要经济指标河南省合计

图表：2009年1-3月收音机行业主要经济指标湖北省合计

图表：2009年1-3月收音机行业主要经济指标湖南省合计

图表：2009年1-3月收音机行业主要经济指标广东省合计

图表：2009年1-3月收音机行业主要经济指标广西区合计

图表：2009年1-3月收音机行业主要经济指标海南省合计

图表：2009年1-3月收音机行业主要经济指标重庆市合计

图表：2009年1-3月收音机行业主要经济指标四川省合计

图表：2009年1-3月收音机行业主要经济指标云南省合计

图表：2009年1-3月收音机行业主要经济指标陕西省合计

图表：2009年1-3月收音机行业主要经济指标甘肃省合计

图表：2009年1-3月收音机行业主要经济指标青海省合计

图表：2009年1-3月收音机行业主要经济指标宁夏区合计

图表：2009年1-3月收音机行业主要经济指标新疆区合计

图表：2009年1月收音机行业收入前十家企业

图表：2009年2月收音机行业收入前十家企业

图表：2009年3月收音机行业收入前十家企业

图表：2008年1-12月收音机产品产量全国统计

图表：2008年1-12月收音机产品产量北京市统计

图表：2008年1-12月收音机产品产量天津市统计

图表：2008年1-12月收音机产品产量河北省统计

图表：2008年1-12月收音机产品产量内蒙古统计

图表：2008年1-12月收音机产品产量辽宁省统计

图表：2008年1-12月收音机产品产量吉林省统计

图表：2008年1-12月收音机产品产量黑龙江统计

图表：2008年1-12月收音机产品产量上海市统计

图表：2008年1-12月收音机产品产量江苏省统计

图表：2008年1-12月收音机产品产量浙江省统计

图表：2008年1-12月收音机产品产量安徽省统计

图表：2008年1-12月收音机产品产量福建省统计

图表：2008年1-12月收音机产品产量江西省统计

图表：2008年1-12月收音机产品产量山东省统计

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/106107.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。