



艾凯咨询
ICAN Consulting

2010-2013年中国MP4播放器 产业发展前景及投资预测分析报 告

一、调研说明

《2010-2013年中国MP4播放器产业发展前景及投资预测分析报告》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/149528.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

MP4播放器（在中国常简称为MP4）是从中国大陆产生的常见可携式媒体播放器市场营销名词。与MP3播放器这类几乎广泛播放MPEG-1 Audio Layer 3音乐档的设备不同，MP4播放器跟MPEG-4 Part 14格式并没有直接关系。相反地，它被市场认定为是MP3播放器的"下一代"（ $3+1=4$ ）。现在甚至已有一部分厂商开始发行MP4播放器的继承者——MP5播放器。MP4播放器仍是目前市场的大宗，而各个厂商也制造了各式各样的MP5播放器。

MP4播放器需要一个相当强大的解码处理芯片来完成对视频文件的解码过程，如果您是一个使用计算机时间较长的用户应当可以记得在Divx编码器问世之初，编码器开发者就推荐使用主频为400MHz以上的计算机来完成解码（Xvid编码器出现较晚，但解码数据量同Divx基本相同）。尽管专用DSP芯片与CPU芯片所侧重的应用不同，但由此可见，MP4播放器对芯片计算能力的要求并不简单。不仅如此，由于MP4播放器属于便携设备，因此还需要芯片整合许多功能（如支持LCD显示，CF、SD存储卡，或硬盘接口控制器等）且能耗较低，正是由于这些苛刻的要求才令MP4播放器姗姗来迟。

本研究咨询报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家海关总署、国家经济信息中心、全国商业信息中心、国内外相关报刊杂志的基础信息，对我国MP4播放器行业的供给与需求状况、市场格局与分布、部分地区MP4播放器市场的发展状况、MP4播放器消费态势等进行了分析。报告重点分析了我国MP4播放器市场的竞争状况、行业发展形势与企业的发展对策，还对MP4播放器未来发展趋势进行了研判，是MP4播放器生产企业、经营企业、科研机构等单位准确了解目前MP4播放器行业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的决策参考依据。

目录

第一章 MP4播放器相关概述

第一节 MP4播放器相关概述

一、MP4播放器的概念

二、MP4播放器的种类

三、MP4播放器的工作原理

四、MP4播放器的各种名称

第二节 MP4播放器结构及优点

一、MP4播放器的格式

二、MP4播放器的优点

三、MP4播放器的硬件构架

第二章 2009-2010年中国MP4播放器产业运行环境分析

第一节、国内宏观经济环境分析

一、GDP历史变动轨迹分析

二、固定资产投资历史变动轨迹分析

三、2010年中国宏观经济发展预测分析

第二节2009-2010年中国MP4播放器产业政策分析

一、电子产品政策分析

二、MP4播放器标准分析

第三节2009-2010年中国MP4播放器产业社会环境分析

第三章 2009-2010年世界MP4播放器产业发展形势分析

第一节2009-2010年世界MP4播放器产业发展综述

一、国外超值MP4播放器曝光

二、MP4播放器产业发展特点分析

三、MP4播放器品牌分析

第二节2009-2010年世界MP4播放器产业主要国家分析

一、美国

二、日本

三、德国

第三节2010-2013年世界MP4播放器市场发展趋势分析

第四章 2009-2010年中国MP4播放器行业运行分析

第一节2009-2010年中国MP4播放器市场概述

一、中国MP4播放器市场积极寻求突破

二、MP4播放器市场关注度分析

三、MP4播放器品牌分析

第二节2009-2010年中国MP4播放器市场发展现状分析

一、MP4播放器音质之战愈演愈烈

二、中国互联网MP4市场集中度分析

三、中国MP4播放器品牌关注排行榜

第三节2009-2010年中国MP4播放器最新上市款式分析

- 一、三星YP-M1播放器新曝光
- 二、蓝魔音悦汇将推两款高清播放器
- 三、昂达VX626暑期热促

第五章 2009-2010年中国MP4播放器产业市场竞争格局分析

第一节2009-2010年中国MP4播放器竞争现状分析

- 一、MP4播放器容量竞争再升温
- 二、MP4播放器价格竞争分析
- 三、MP4播放器品牌竞争分析

第二节2009-2010年中国MP4播放器集中度分析

- 一、MP4播放器生产集中分布
- 二、MP4播放器市场销售集中分布

第三节 2009-2010年中国MP4播放器产业提升竞争力策略分析

第六章2009-2010年中国MP4播放器市场运行态势分析

第一节2009-2010年中国MP4播放器发展综述

- 一、MP4播放器供给情况分析
- 二、MP4播放器市场销售分析
- 三、影响MP4播放器市场供需的因素分析

第二节2009-2010年中国MP4播放器行业存在的问题分析

- 一、中国MP4产业面临的主要问题及原因
- 二、中国MP4行业存在的四大硬伤
- 三、中国MP4产业亟需明确的行业标准

第三节2009-2010年中国MP4播放器行业的发展对策

- 一、中国MP4播放器推广六大法则
- 二、中国MP4播放器特色营销攻略
- 三、中国MP4播放器主要品牌的发展策略

第七章 2009-2010年中国MP4播放器市场消费者深度分析

第一节 2009-2010年中国MP4播放器市场消费行为分析

- 一、中国MP4市场消费者总体概述

- 二、中国MP4市场消费者分布概况
- 三、中国MP4市场实际用户购买倾向分析
- 四、中国MP4市场潜在用户购买偏好分析
- 第二节2009-2010年中国高校学生MP4市场分析
 - 一、中国高校学生MP4市场分布概况
 - 二、中国高校学生MP4市场消费行为分析
 - 三、中国高校学生MP4市场发展及推广建议
 - 四、中国高校学生MP4市场重点厂商推广案例

第八章 2009-2010年中国MP3播放器产业发展解析

- 第一节 2009-2010年中国MP3播放器发展综述
 - 一、MP3播放器销量分析
 - 二、中国车载MP3市场分析
 - 三、2009年中国互联网用户MP3市场集中度低
- 第二节2009-2010年中国MP3播放器行业存在的问题
 - 一、中国MP3行业存在三大主要问题
 - 二、中国 MP3产业亟需明确的行业标准
 - 三、中国MP3面临版权和价格双重危机
- 第三节2009-2010年中国MP3播放器行业的发展对策
 - 一、中国MP3播放器行业的渠道策略
 - 二、中国MP3播放器品牌的增值策略
 - 三、中国MP3播放器企业的对策建议

第九章 2009-2010年中国MP4播放器其它相关行业分析

- 第一节 CD播放器
 - 一、CD播放器相关概念
 - 二、CD播放器构造及原理
 - 三、CD播放器与MP4播放器的区别
 - 四、汽车CD播放器销量分析
- 第二节 MD播放器
 - 一、MD播放器相关概念
 - 二、MD播放器的分类

三、MD播放器与MP4播放器的区别

第十章 2009-2010年中国MP4播放器行业优势企业竞争力分析

第一节 东莞市歌美电子科技有限公司

一、企业基本概况

二、企业销售收入及盈利水平分析

三、企业资产及负债情况分析

四、企业成本费用情况

第二节 北京纽曼理想数码科技有限公司

一、企业基本概况

二、企业销售收入及盈利水平分析

三、企业资产及负债情况分析

四、企业成本费用情况

第三节 艾利和电子科技（中国）有限公司

一、企业基本概况

二、企业销售收入及盈利水平分析

三、企业资产及负债情况分析

四、企业成本费用情况

第四节 英华达（上海）电子有限公司

一、企业基本概况

二、企业销售收入及盈利水平分析

三、企业资产及负债情况分析

四、企业成本费用情况

第五节 惠州三星电子有限公司

一、企业基本概况

二、企业销售收入及盈利水平分析

三、企业资产及负债情况分析

四、企业成本费用情况

第六节 广东松日通讯科技股份有限公司

一、企业基本概况

二、企业销售收入及盈利水平分析

三、企业资产及负债情况分析

四、企业成本费用情况

第七节 深圳麦蓝电子科技有限公司

一、企业基本概况

二、企业销售收入及盈利水平分析

三、企业资产及负债情况分析

四、企业成本费用情况

第八节 中国电子工业深圳总公司

一、企业基本概况

二、企业销售收入及盈利水平分析

三、企业资产及负债情况分析

四、企业成本费用情况

第九节 深圳联维亚电子科技有限公司

一、企业基本概况

二、企业销售收入及盈利水平分析

三、企业资产及负债情况分析

四、企业成本费用情况

第十节 奇诺光瑞电子(深圳)有限公司

一、企业基本概况

二、企业销售收入及盈利水平分析

三、企业资产及负债情况分析

四、企业成本费用情况

第十一节 略…………

第十一章 2010-2013年中国MP4播放器产业发展前景及投资预测分析

第一节 2010-2013年中国MP4播放器行业的发展趋势

一、MP4播放器的七大发展趋势

二、MP4播放器的主要发展方向

三、MP4播放器未来的设计走势

第二节 2010-2013年中国MP4播放器产业市场预测分析

一、MP4播放器市场供给预测分析

二、MP4播放器市场需求预测分析

三、MP4播放器市场竞争格局预测分析

第三节2010-2013年中国MP4播放器产业投资环境分析

一、宏观经济预测分析

二、金融危机影响分析

第四节2010-2013年中国MP4播放器产业投资风险分析

一、市场竞争风险

二、政策风险

三、进入退出风险

第五节 中国播放器产业发展建议及投资策略分析

图表目录：（部分）

图表：2005-2009年国内生产总值

图表：2005-2009年居民消费价格涨跌幅度

图表：2009年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2005-2009年年末国家外汇储备

图表：2005-2009年财政收入

图表：2005-2009年全社会固定资产投资

图表：2009年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2009年固定资产投资新增主要生产能力

图表：2009年房地产开发和销售主要指标完成情况

图表：2004-2007年3月MP4播放器销量情况

图表：2007年中国市场最受用户关注的15大MP4品牌分布

图表：2007年中国市场最受用户关注的十大闪存式MP4品牌排行榜

图表：2007年中国市场最受用户关注的十大硬盘式MP4品牌排行榜

图表：2007年中国市场最受用户关注的十大高端MP4品牌排行榜

图表：2008年1-3月中国互联网用户MP4品牌占有率

图表：2008年1-3月中国互联网用户MP4品牌占有率与预购率对比

图表：2008年1-3月中国互联网用户MP4品牌满意度统计

图表：2008年1月全国MP4播放器品牌关注排行榜

图表：2008年1月华北区MP4播放器品牌关注排行榜

图表：2008年1月华东区MP4播放器品牌关注排行榜

图表：2008年1月华南区MP4播放器品牌关注排行榜

图表：2008年1月华中区MP4播放器品牌关注排行榜

图表：2008年1月西南区MP4播放器品牌关注排行榜

图表：2008年1月东北区MP4播放器品牌关注排行榜

图表：2008年1月西北区MP4播放器品牌关注排行榜

图表：2008年2月全国MP4播放器品牌关注排行榜

图表：2008年2月华北区MP4播放器品牌关注排行榜

图表：2008年2月华东区MP4播放器品牌关注排行榜

图表：2008年2月华南区MP4播放器品牌关注排行榜

图表：2008年2月华中区MP4播放器品牌关注排行榜

图表：2008年2月西南区MP4播放器品牌关注排行榜

图表：2008年2月东北区MP4播放器品牌关注排行榜

图表：2008年2月西北区MP4播放器品牌关注排行榜

图表：2008年3月全国MP4播放器品牌关注排行榜

图表：2008年3月华北区MP4播放器品牌关注排行榜

图表：2008年3月华东区MP4播放器品牌关注排行榜

图表：2008年3月华南区MP4播放器品牌关注排行榜

图表：2008年3月华中区MP4播放器品牌关注排行榜

图表：2008年3月西南区MP4播放器品牌关注排行榜

图表：2008年3月东北区MP4播放器品牌关注排行榜

图表：2008年3月西北区MP4播放器品牌关注排行榜

图表：2008年4月全国MP4播放器品牌关注排行榜

图表：2008年4月华北区MP4播放器品牌关注排行榜

图表：2008年4月华东区MP4播放器品牌关注排行榜

图表：2008年4月华南区MP4播放器品牌关注排行榜

图表：2008年4月华中区MP4播放器品牌关注排行榜

图表：2008年4月西南区MP4播放器品牌关注排行榜

图表：2008年4月东北区MP4播放器品牌关注排行榜

图表：2008年4月西北区MP4播放器品牌关注排行榜

图表：3.0英寸宽屏与2.8英寸普屏对比

图表：中国MP4市场消费者性别分布

图表：中国MP4市场消费者年龄分布

图表：中国MP4市场消费者职业分布

图表：中国MP4市场消费者收入分布

图表：中国MP4市场消费者区域分布

图表：中国MP4市场消费者具体区域分布

图表：中国MP4市场消费者购买情况分布

图表：中国MP4市场实际用户产品品牌占有率情况

图表：中国MP4市场实际用户购买产品价格区间分布

图表：中国MP4市场实际用户产品容量分布对比

图表：中国MP4市场实际用户购买产品色彩偏好分布

图表：中国MP4市场实际用户购买产品屏幕尺寸分布

图表：中国MP4市场实际用户购买产品屏幕分辨率分布

图表：中国MP4市场实际用户购买产品渠道分布

图表：中国MP4市场潜在用户对视频MP3与MP4的差别认知状况

图表：中国MP4市场潜在用户购买产品的考虑因素

图表：中国MP4市场优先选择品牌排行榜

图表：中国MP4市场次优先选择品牌排行榜

图表：中国MP4市场首选爱国者的潜在用户次优先选择品牌分布

图表：中国MP4市场首选纽曼的潜在用户次优先选择品牌分布

图表：中国MP4市场首选苹果的潜在用户次优先选择品牌分布

图表：中国MP4市场消费者职业分布

图表：中国MP4市场学生用户的区域分布

图表：中国MP4市场学生用户购买情况分布

图表：学生消费群体对视频MP3与MP4的差异认知状况调查

图表：学生用户购买产品考虑因素分布

图表：学生用户可接受的价位区间分布

图表：学生用户选择不同色彩产品分布

图表：学生用户选择不同容量的产品分布

图表：学生用户获知产品信息的渠道分布

图表：学生用户购买渠道选择分布

图表：实际用户购买产品不同屏幕尺寸分布对比

图表：MP4产品是否出现质量问题分布

图表：MP4产品出现质量问题的主要表现

图表：高校学生用户MP4市场优先选择品牌分布

图表：高校学生用户MP4市场次优先选择品牌分布

图表：潜在学生用户计划购买MP4产品色彩分布

图表：潜在学生用户可接受MP4产品价位区间分布

图表：MP4市场学生群体中潜在用户与实际用户购买产品价位对比

图表：主流厂商不同价位区间产品竞争力对比

图表：潜在用户计划购买不同容量产品分布比例

图表：MP4市场学生群体中潜在用户与实际用户购买产品容量对比

图表：潜在用户计划购买产品屏幕尺寸分布

图表：MP4市场潜在用户与实际用户购买产品屏幕尺寸对比

图表：学生用户获知产品信息渠道分布

图表：潜在用户计划购买产品的渠道分布

图表：学生用户计划购买产品时间分布

图表：MP3播放器的构成

图表：MP3随身听的工作流程

图表：2007年1-12月MP3市场关注指数走势

图表：2007年中国市场最受用户关注的15大MP3品牌分布

图表：2007年中国市场最受用户关注的十大闪存式MP3品牌排行榜

图表：2007年中国市场最受用户关注的硬盘式MP3品牌排行榜

图表：2007年中国市场最受用户关注的十大消费类MP3品牌排行榜

图表：纽曼ManMan-A3（4G）参数

图表：纽曼ManMan-A4（4G）参数

图表：纽曼ManMan-A5（4G）参数

图表：纽曼ManMan-A6（12）参数

图表：纽曼MANMAN-R90+参数

图表：爱国者MP5-F965R参数

图表：爱国者视觉王E896参数

图表：爱国者P881-PLUS参数

图表：爱国者视觉王P882参数

图表：爱国者视觉王P339参数

图表：歌美X-760（2GB）参数

图表：歌美X-790（2GB）参数

图表：歌美X-720（1GB）参数

图表：歌美X-960（1GB）参数

图表：歌美X-960（2GB）参数

图表：爱可视炫爱404（30）参数

图表：爱可视605-Wifi（3）参数

图表：爱可视405（2GB）参数

图表：爱可视博爱504（80）参数

图表：爱可视博爱504（16）参数

图表：艾利和B20（1GB）参数

图表：艾利和W7（8GB）参数

图表：艾利和W7（4GB）参数

图表：艾利和B20（4GB）参数

图表：iAUDIO-D2（2GB）参数

图表：iAUDIO-A3（30GB）参数

图表：iAUDIO-D2（8GB）参数

图表：iAUDIO-D2（4GB）参数

图表：东莞市歌美电子科技有限公司销售收入情况

图表：东莞市歌美电子科技有限公司盈利指标情况

图表：东莞市歌美电子科技有限公司盈利能力情况

图表：东莞市歌美电子科技有限公司资产运行指标状况

图表：东莞市歌美电子科技有限公司资产负债能力指标分析

图表：东莞市歌美电子科技有限公司成本费用构成情况

图表：北京纽曼理想数码科技有限公司销售收入情况

图表：北京纽曼理想数码科技有限公司盈利指标情况

图表：北京纽曼理想数码科技有限公司盈利能力情况

图表：北京纽曼理想数码科技有限公司资产运行指标状况

图表：北京纽曼理想数码科技有限公司资产负债能力指标分析

图表：北京纽曼理想数码科技有限公司成本费用构成情况

图表：艾利和电子科技（中国）有限公司销售收入情况

图表：艾利和电子科技（中国）有限公司盈利指标情况

图表：艾利和电子科技（中国）有限公司盈利能力情况

图表：艾利和电子科技（中国）有限公司资产运行指标状况

图表：艾利和电子科技（中国）有限公司资产负债能力指标分析

图表：艾利和电子科技（中国）有限公司成本费用构成情况

图表：英华达（上海）电子有限公司销售收入情况

图表：英华达（上海）电子有限公司盈利指标情况

图表：英华达（上海）电子有限公司盈利能力情况

图表：英华达（上海）电子有限公司资产运行指标状况

图表：英华达（上海）电子有限公司资产负债能力指标分析

图表：英华达（上海）电子有限公司成本费用构成情况

图表：惠州三星电子有限公司销售收入情况

图表：惠州三星电子有限公司盈利指标情况

图表：惠州三星电子有限公司盈利能力情况

图表：惠州三星电子有限公司资产运行指标状况

图表：惠州三星电子有限公司资产负债能力指标分析

图表：惠州三星电子有限公司成本费用构成情况

图表：广东松日通讯科技股份有限公司销售收入情况

图表：广东松日通讯科技股份有限公司盈利指标情况

图表：广东松日通讯科技股份有限公司盈利能力情况

图表：广东松日通讯科技股份有限公司资产运行指标状况

图表：广东松日通讯科技股份有限公司资产负债能力指标分析

图表：广东松日通讯科技股份有限公司成本费用构成情况

图表：深圳麦蓝电子科技有限公司销售收入情况

图表：深圳麦蓝电子科技有限公司盈利指标情况

图表：深圳麦蓝电子科技有限公司盈利能力情况

图表：深圳麦蓝电子科技有限公司资产运行指标状况

图表：深圳麦蓝电子科技有限公司资产负债能力指标分析

图表：深圳麦蓝电子科技有限公司成本费用构成情况

图表：中国电子工业深圳总公司销售收入情况

图表：中国电子工业深圳总公司盈利指标情况

图表：中国电子工业深圳总公司盈利能力情况

图表：中国电子工业深圳总公司资产运行指标状况

图表：中国电子工业深圳总公司资产负债能力指标分析

图表：中国电子工业深圳总公司成本费用构成情况

图表：深圳联维亚电子科技有限公司销售收入情况

图表：深圳联维亚电子科技有限公司盈利指标情况

图表：深圳联维亚电子科技有限公司盈利能力情况

图表：深圳联维亚电子科技有限公司资产运行指标状况

图表：深圳联维亚电子科技有限公司资产负债能力指标分析

图表：深圳联维亚电子科技有限公司成本费用构成情况

图表：奇诺光瑞电子(深圳)有限公司销售收入情况

图表：奇诺光瑞电子(深圳)有限公司盈利指标情况

图表：奇诺光瑞电子(深圳)有限公司盈利能力情况

图表：奇诺光瑞电子(深圳)有限公司资产运行指标状况

图表：奇诺光瑞电子(深圳)有限公司资产负债能力指标分析

图表：奇诺光瑞电子(深圳)有限公司成本费用构成情况

图表：略…………

更多图表见报告正文

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/149528.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。