



艾凯咨询
ICAN Consulting

2011-2015年中国对讲机市场运营态势规划及投资前景研究报告

一、调研说明

《2011-2015年中国对讲机市场运营态势规划及投资前景研究报告》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/168336.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

【报告前言】

对讲机技术最早产生在风声鹤唳的二十年代，诞生于Westinghouse的实验室内。一位名叫John Kermode性格古怪的发明家"异想天开"地想对邮政单据实现自动分检，那时候对电子技术应用方面的每一个设想都使人感到非常新奇。他的想法是在信封上做对讲机标记，对讲机中的信息是收信人的地址，就象今天的邮政编码。为此Kermode发明了最早的对讲机标识，设计方案非常的简单，即一个"条"表示数字"1"，二个"条"表示数字"2"，以次类推。然后，他又发明了由基本的元件组成的对讲机识读设备：一个(能够发射光并接收反射光)测定反射信号条和空的方法，即边缘定位线圈；和使用测定结果的方法，即译码器。

Kermode利用当时新发明的光电池来收集反射光。"空"反射回来的是强信号，"条"反射回来的是弱信号。与当今高速度的电子元器件应用不同的是，Kermode利用磁性线圈来测定"条"和"空"。就象一个小孩将电线与电池连接再绕在一颗钉子上来夹纸。Kermode用一个带铁芯的线圈在接收到"空"的信号的时候吸引一个开关，在接收到"条"的信号的时候，释放开关并接通电路。因此，最早的对讲机阅读器噪音很大。开关由一系列的继电器控制，"开"和"关"由打印在信封上"条"的数量决定。通过这种方法，对讲机符号直接对信件进行分检。

此后不久，Kermode的合作者Douglas Young，在Kermode码的基础上作了些改进。Kermode码所包含的信息量相当的低，并且很难编出十个以上的不同代码。而Young码使用更少的条，但是利用条之间空的尺寸变化，就象今天的UPC对讲机符号使用四个不同的条空尺寸。新的对讲机符号可在同样大小的空间对一百个不同的地区进行编码，而Kermode码只能对十个不同的地区进行编码。

直到1949年的专利文献中才第一次有了Norm Woodland和Bernard Silver发明的全方位对讲机符号的记载，在这之前的专利文献中始终没有对讲机技术的记录，也没有投入实际应用先例。Norm Woodland和Bernard Silver的想法是利用Kermode和Young的垂直的"条"和"空"，并使之弯曲成环状，非常象射箭的靶子。这样通过扫描图形的中心，能够对对讲机符号解码，不管对讲机符号方向的朝向。

在利用这项专利技术对其进行不断改进的过程中，一位科幻小说作家Isaac-Azimov在他的"裸露的太阳"一书中讲述了使用信息编码的新方法实现自动识别的事例。那时人们觉得此书中的对讲机符号看上去象是一个方格子的棋盘，但是今天的对讲机专业人士马上会意识到这是一个二维矩阵对讲机符号。虽然此对讲机符号没有方向、定位和定时，但很显然它表示的是高信息密度的数字编码。

直到1970年Interface Mechanisms公司开发出"二维码"之后，才有了价格适于销售的二维矩阵

对讲机的打印和识读设备。那时二维矩阵对讲机用于报社排版过程的自动化。二维矩阵对讲机印在纸带上，由今天的一维CCD扫描识读。CCD发出的光照在纸带上，每个光电池对准纸带的不同区域。每个光电池根据纸带上印刷对讲机与否输出不同的图案，组合产生一个高密度信息图案。用这种方法可在相同大小的空间打印上一个单一的字符，作为早期Kermode码之中的一个单一的条。定时信息也包括在内，所以整个过程是合理的。当第一个系统进入市场后，包括打印和识读设备在内的全套设备大约要5000美元。

此后不久，随着LED(发光二极管)、微处理器和激光二极管的不断发展，迎来了新的标识符号(象征学)和其应用的大爆炸，人们称之为"对讲机工业"。今天很少能找到没有直接接触过快又准的对讲机技术的公司或个人。由于在这一领域的技术进步与发展非常迅速，并且每天都有越来越多的应用领域被开发，用不了多久对讲机就会象灯泡和半导体收音机一样普及，将会使我们每一个人的生活都变得更加轻松和方便。

对讲机主要应用在公安、民航、运输、水利、铁路、制造、建筑、服务等行业，用于团体成员间的联络和指挥调度，以提高沟通效率和提高处理突发事件的快速反应能力。随着对讲机进入民用市场，人们外出旅游、购物也开始越来越多地使用对讲机。

本报告为艾凯数据研究中心所有,为确保您购买报告数据的准确、权威以及真实性，请直接与我单位联系购买即可。近期我公司发现一些不良公司及个人将本公司的报告目录或改头换面或原样挂在其网站及一些博客中进行宣传销售，对不明情况的客户进行欺诈。本中心郑重声明：本报告为艾凯数据研究中心原创，我单位没有开展其它代理销售渠道，敬请识别，谨防上当受骗！该份报告为多用户报告，如果针对本报告有添加需求或特别需求的，您可以和我们联系，我们会根据您的相应修订报告研究框架，并给出合理的报价。【报告目录】

第一章 2009-2010年世界对讲机行业运行动态分析 15

第一节 2009-2010年世界对讲机行业发展概述 15

一、世界对讲机产业特点分析 15

二、对讲机品牌分析 15

三、对讲机技术分析 16

第二节 2009-2010年国外对讲机产品市场状况分析 17

一、欧洲 17

二、日本、美国 17

三、澳大利亚 18

第三节 2011-2015年世界对讲机产业发展趋势分析 18

第二章 2009-2010年中国对讲机行业市场发展环境分析 20

第一节 2009-2010年中国宏观经济环境分析 20

第二节 2009-2010年中国对讲机行业政策环境分析	36
一、产业政策分析	36
二、相关产业政策影响分析	39
三、进出口政策分析	41
第三节 2009-2010年中国对讲机行业社会环境分析	41
一、人口环境分析	41
二、教育、文化环境分析	44
三、生态环境分析	46
第四节 2009-2010年中国对讲机行业技术环境分析	47
第三章 2009-2010年中国对讲机行业运行动态分析	48
第一节 2009-2010年中国对讲机产业发展综述	48
一、对讲机产业特点分析	48
二、对讲机价格分析	50
三、对讲机技术分析	51
第二节 2009-2010年中国对讲机产业运行走势分析	53
一、国内对讲机市场需加强整治规范	53
二、对讲机市场面临薄利时代	55
第三节 2009-2010年中国对讲机产业发展存在问题分析	56
第四章 2009-2010年中国对讲机产业市场运行态势分析	59
第一节 2009-2010年中国对讲机产业市场发展现况	59
一、对讲机市场的演变	59
二、专业对讲机市场渠道	59
三、生产商的"三级"世界	60
第二节 2009-2010年中国对讲机产业市场运行动态分析	60
一、经销商，企业市场战略的核心	60
二、农村无线对讲机市场的现况	61
三、售后服务	62
第三节 2009-2010年中国民用对讲机市场火爆的原因	62
第五章 2009-2010年中国对讲机产业市场供需走势分析	63
第一节 2009-2010年中国对讲机产业供给分析	63
一、对讲机市场供给整体情况分析	63
二、对讲机生产企业动态分析	63

三、影响对讲机市场供给的因素分析	63
第二节 2009-2010年中国对讲机产业市场需求分析	64
一、对讲机整体需求分析	64
二、消费者需求特点分析	64
三、影响需求的因素分析	65
第三节 2009-2010年中国对讲机产业市场项目分析	67
第六章 2008-2009年中国对讲机市场进出口数据分析	68
第一节 2008-2009年中国对讲机出口统计	68
第二节 2008-2009年中国对讲机进口统计	68
第三节 2008-2009年中国对讲机进出口价格对比	68
第四节 中国对讲机进出口主要来源地及出口目的地	69
第七章 2008-2009年中国对讲机零件（天线除外）市场进出口数据分析	70
第一节 2008-2009年中国对讲机零件出口统计	70
第二节 2008-2009年中国对讲机零件进口统计	70
第三节 2008-2009年中国对讲机零件进出口价格对比	70
第四节 中国对讲机零件进出口主要来源地及出口目的地	71
第八章 2005-2010年中国通信终端设备制造行业规模以上企业经济运行数据监测	72
第一节 2005-2010年中国通信终端设备制造行业数据监测回顾	72
一、竞争企业数量	72
二、亏损面情况	73
三、市场销售额增长	74
四、利润总额增长	75
五、投资资产增长性	76
六、行业从业人数调查分析	77
第二节 2005-2009年中国通信终端设备制造行业投资价值测算	77
一、销售利润率	77
二、销售毛利率	78
三、资产利润率	79
第三节 2005-2009年中国通信终端设备制造行业产销率调查	81
一、工业总产值	81
二、工业销售产值	82
第四节 2005-2009年通信终端设备制造出口交货值数据	83

一、出口交货值增长	83
二、出口交货值占工业产值的比重（出口率）	84
第九章 2010年中国对讲机行业消费者偏好调查分析	86
第一节 对讲机目标客户群体调查	86
一、不同类型消费者渗透率调查	86
二、不同年龄的消费者偏好调查	86
三、不同地区的消费者偏好调查	86
第二节 2009-2010年对讲机的品牌市场调查	86
一、消费者对对讲机品牌认知度宏观调查	86
二、消费者对对讲机的品牌偏好调查	87
三、消费者对对讲机品牌的首要认知渠道	87
四、消费者经常购买的品牌调查	88
五、对讲机品牌忠诚度调查	88
六、对讲机品牌市场关注排名	89
七、消费者的消费理念调研	90
第三节 2010年不同客户购买相关的态度及影响分析	91
第十章 2009-2010年中国对讲机行业市场竞争格局分析	92
第一节 2009-2010年中国对讲机竞争现状分析	92
一、对讲机价格竞争分析	92
二、对讲机品牌竞争分析	92
三、中外对讲机竞争分析	93
第二节 2009-2010年中国对讲机行业集中度分析	93
一、市场集中度分析	93
二、区域集中度分析	95
第三节 2009-2010年中国对讲机企业提升竞争力策略分析	95
第十一章 2009-2010年中国对讲机优势生产企业竞争性财务数据分析	98
第一节 友利电电子（深圳）有限公司	98
一、企业基本概况	98
二、企业销售收入及盈利水平分析	98
三、企业资产及负债情况分析	99
四、企业成本费用情况	99
第二节 惠阳中建电讯制品有限公司	100

一、企业基本概况	100
二、企业销售收入及盈利水平分析	100
三、企业资产及负债情况分析	101
四、企业成本费用情况	101
第三节 东莞泰富电子有限公司	102
一、企业基本概况	102
二、企业销售收入及盈利水平分析	102
三、企业资产及负债情况分析	103
四、企业成本费用情况	103
第四节 深圳市好易通科技有限公司	104
一、企业基本概况	104
二、企业销售收入及盈利水平分析	104
三、企业资产及负债情况分析	105
四、企业成本费用情况	106
第五节 嘉盈电子(深圳)有限公司	106
一、企业基本概况	106
二、企业销售收入及盈利水平分析	106
三、企业资产及负债情况分析	107
四、企业成本费用情况	108
第六节 深圳创华合作有限公司	108
一、企业基本概况	108
二、企业销售收入及盈利水平分析	108
三、企业资产及负债情况分析	109
四、企业成本费用情况	110
第七节 威泰克斯通讯(苏州)有限公司	110
一、企业基本概况	110
二、企业销售收入及盈利水平分析	110
三、企业资产及负债情况分析	111
四、企业成本费用情况	112
第八节 文登第逸电子有限公司	112
一、企业基本概况	112
二、企业销售收入及盈利水平分析	113

三、企业资产及负债情况分析	113
四、企业成本费用情况	114
第九节 安悦电子(深圳)有限公司	114
一、企业基本情况	114
二、企业销售收入及盈利水平分析	115
三、企业资产及负债情况分析	116
四、企业成本费用情况	116
第十节 邦深电子(深圳)有限公司	116
一、企业基本情况	116
二、企业销售收入及盈利水平分析	117
三、企业资产及负债情况分析	118
四、企业成本费用情况	118
第十二章 2011-2015年对讲机行业投资风险分析及建议	119
第一节 2011-2015年对讲机行业投资风险分析	119
一、宏观调控风险	119
二、行业竞争风险	119
三、供需波动风险	120
四、技术风险	120
五、经营管理风险	123
六、其他风险	124
第二节 2011-2015年对讲机行业投资建议分析	125
一、投资产品建议	125
二、投资区域建议	125
三、投资方式建议	126
第三节 2011-2015年对讲机行业投资策略分析	127
一、企业经营战略策略	127
二、兼并及收购策略	130
三、融资方式选择策略	130
第十三章 2011-2015年中国对讲机行业发展趋势预测分析	134
第一节 2011-2015年中国对讲机产业发展前景分析	134
一、中国通信终端设备制造行业预测分析	134
二、对讲机技术发展方向	134

三、对讲机市场竞争格局预测分析	139
第二节 2011-2015年中国对讲机产业市场预测分析	139
一、对讲机市场需求趋势分析	139
二、对讲机行业供给趋势分析	140
三、对讲机进出口预测分析	142
第三节 2011-2015年中国对讲机市场盈利预测分析	143

【图表目录】

图表 1 目前全球主要对讲机品牌	15
图表 2 2000-2010年第二季度中国GDP及其增长率统计表	20
图表 3 2003-2010年中国分产业GDP增长率季度统计表	20
图表 4 2003-2009年中国GDP增长率季度走势图	21
图表 5 2008-2010年6月中国价格指数统计表	22
图表 6 2008-2010年6月中国价格指数月度走势图	23
图表 7 1978-2009年中国居民收入及恩格尔系数统计表	24
图表 8 中国城乡居民收入走势对比	25
图表 9 2003-2009年中国社会消费品零售总额增长趋势图	26
图表 10 2009年中国社会消费品零售总额月度统计表	27
图表 11 2007-2009年中国社会消费品零售总额月度增长率走势图	27
图表 12 2003-2009年中国社会固定资产投资额增长	28
图表 13 2006-2009年各月中国房地产开发投资额月度统计表	29
图表 14 2006-2009年中国各类房地产开发投资月度走势图	30
图表 15 2006-2009年中国各类房地产开发投资累计额环比走势	31
图表 16 2006-2009年中国新开工项目个数（个）及累计同比增速情况	31
图表 17 2000-2009年中国货物进出口额统计表	32
图表 18 1970-2009年中国货物对外贸易总额走势图	33
图表 19 1970-2009年中国货物进口形势图	33
图表 20 1970-2009年中国货物出口形势图	35
图表 21 1970-2009年中国货物对外贸易顺逆差状况	35
图表 22 《数字对讲机系统设备无线射频技术指标》（试行）	40
图表 23 1978-2009年中国人口构成统计表	42
图表 24 1990-2009年我国人口出生率、死亡率及自然增长率	42

图表 25 1978-2009年我国总人口增长趋势图 43

图表 26 2008年人口数及其构成表 44

图表 27 2001-2008年我国教育经费增长趋势图 45

图表 28 2003-2008年我国各类教育招生人数 45

图表 29 2010年进口对讲机价格 51

图表 30 2005-2009年中国对讲机产量增长趋势图 63

图表 31 2005-2009年中国对讲机表观消费量增长趋势图 64

图表 32 2003-2010年中国对讲机渗透率对比表 64

图表 33 2009年度中国对讲机出口数量及金额数据 68

图表 34 2009年度中国对讲机进口数量及金额数据 68

图表 35 2009年度中国对讲机进出口单价对比 68

图表 36 2009年度中国对讲机进出口主要来源地及出口目的地统计 69

图表 37 2009年度中国对讲机零件出口数量及金额数据 70

图表 38 2009年度中国对讲机零件进口数量及金额数据 70

图表 39 2009年度中国对讲机零件进出口单价对比 70

图表 40 2009年度中国对讲机零件进出口主要来源地及出口目的地统计 71

图表 41 2006-2010年8月底中国通信终端设备制造企业数量增长趋势图 72

图表 42 2006-2009年中国通信终端设备制造行业亏损企业数量增长趋势图 73

图表 43 2006-2009年中国通信终端设备制造行业亏损额增长情况 73

图表 44 2006-2010年8月中国通信终端设备制造行业主营业务收入增长趋势图 74

图表 45 2005-2010年8月中国通信终端设备制造行业利润总额增长趋势图 75

图表 46 2006-2010年8月中国通信终端设备制造行业资产增长趋势图 76

图表 47 2006-2010年8月中国通信终端设备制造行业从业人数增长趋势图 77

图表 48 2005-2009年中国通信终端设备制造行业销售利润率走势图 78

图表 49 2005-2009年中国通信终端设备制造行业销售毛利率走势图 78

图表 50 2005-2009年中国通信终端设备制造行业总资产利润率指标统计表 79

图表 51 2005-2009年中国通信终端设备制造行业总资产利润率走势图 80

图表 52 2005-2009年中国通信终端设备制造行业总资产利润率走势图 80

图表 53 2006-2009年中国通信终端设备制造行业工业总产值情况 82

图表 54 2006-2009年中国通信终端设备制造行业工业销售产值走势 82

图表 55 2006-2009年中国通信终端设备制造行业出口交货值走势图 83

图表 56 2006-2009年中国通信终端设备制造行业出口率走势图 84

图表 57 2010年上半年中国不同类型消费者渗透率调查 86

图表 58 2010年上半年中国不同地区的消费者偏好调查 86

图表 59 2010年上半年中国消费者对对讲机品牌认知度情况 86

图表 60 2010年上半年中国消费者对对讲机品牌偏好调查情况 87

图表 61 2010年上半年中国消费者对对讲机品牌首要认知渠道情况 87

图表 62 2010年上半年中国消费者经常购买的对讲机品牌调查情况 88

图表 63 2010年上半年中国消费者对对讲机品牌忠诚度调查情况 88

图表 64 2010年上半年中国摩托罗拉对讲机 TOP10及价格 89

图表 65 2010年上半年中国建伍对讲机品牌关注排名情况 89

图表 66 2010年上半年中国好易通对讲机品牌市场关注排名情况 90

图表 67 2010年中国对讲机消费者购买选择因素 91

图表 68 友利电电子（深圳）有限公司概况 98

图表 69 2008-2009年友利电电子（深圳）有限公司主要经济指标 98

图表 70 2008-2009年 友利电电子（深圳）有限公司工业总产值及存货产成品指标表 98

图表 71 2008-2009年友利电电子（深圳）有限公司利润指标表 98

图表 72 2008-2009年友利电电子（深圳）有限公司盈利比率（能力）指标表 99

图表 73 2008-2009年友利电电子（深圳）有限公司偿债能力指标表 99

图表 74 2008-2009年友利电电子（深圳）有限公司偿债比率指标表 99

图表 75 2008-2009年友利电电子（深圳）有限公司主营收入及各项成本指标表 99

图表 76 惠阳中建电讯制品有限公司概况 100

图表 77 2008-2009年惠阳中建电讯制品有限公司主要经济指标 100

图表 78 2008-2009年 惠阳中建电讯制品有限公司工业总产值及存货产成品指标表 100

图表 79 2008-2009年惠阳中建电讯制品有限公司利润指标表 101

图表 80 2008-2009年惠阳中建电讯制品有限公司盈利比率（能力）指标表 101

图表 81 2008-2009年惠阳中建电讯制品有限公司偿债能力指标表 101

图表 82 2008-2009年惠阳中建电讯制品有限公司偿债比率指标表 101

图表 83 2008-2009年惠阳中建电讯制品有限公司主营收入及各项成本指标表 101

图表 84 东莞泰富电子有限公司概况 102

图表 85 2008-2009年东莞泰富电子有限公司主要经济指标 102

图表 86 2008-2009年 东莞泰富电子有限公司工业总产值及存货产成品指标表 102

图表 87 2008-2009年东莞泰富电子有限公司利润指标表 103

图表 88 2008-2009年东莞泰富电子有限公司盈利比率（能力）指标表 103

图表 89 2008-2009年东莞泰富电子有限公司偿债能力指标表 103

图表 90 2008-2009年东莞泰富电子有限公司偿债比率指标表 103

图表 91 2008-2009年东莞泰富电子有限公司主营收入及各项成本指标表 104

图表 92 深圳市好易通科技有限公司概况 104

图表 93 2008-2009年深圳市好易通科技有限公司主要经济指标 104

图表 94 2008-2009年 深圳市好易通科技有限公司工业总产值及存货产成品指标表 104

图表 95 2008-2009年深圳市好易通科技有限公司利润指标表 105

图表 96 2008-2009年深圳市好易通科技有限公司盈利比率（能力）指标表 105

图表 97 2008-2009年深圳市好易通科技有限公司偿债能力指标表 105

图表 98 2008-2009年深圳市好易通科技有限公司偿债比率指标表 105

图表 99 2008-2009年深圳市好易通科技有限公司主营收入及各项成本指标表 106

图表 100 嘉盈电子（深圳）有限公司概况 106

图表 101 2008-2009年嘉盈电子（深圳）有限公司主要经济指标 106

图表 102 2008-2009年 嘉盈电子（深圳）有限公司工业总产值及存货产成品指标表 107

图表 103 2008-2009年嘉盈电子（深圳）有限公司利润指标表 107

图表 104 2008-2009年嘉盈电子（深圳）有限公司盈利比率（能力）指标表 107

图表 105 2008-2009年嘉盈电子（深圳）有限公司偿债能力指标表 107

图表 106 2008-2009年嘉盈电子（深圳）有限公司偿债比率指标表 107

图表 107 2008-2009年嘉盈电子（深圳）有限公司主营收入及各项成本指标表 108

图表 108 深圳创华合作有限公司概况 108

图表 109 2008-2009年深圳创华合作有限公司主要经济指标 108

图表 110 2008-2009年 深圳创华合作有限公司工业总产值及存货产成品指标表 109

图表 111 2008-2009年深圳创华合作有限公司利润指标表 109

图表 112 2008-2009年深圳创华合作有限公司盈利比率（能力）指标表 109

图表 113 2008-2009年深圳创华合作有限公司偿债能力指标表 109

图表 114 2008-2009年深圳创华合作有限公司偿债比率指标表 110

图表 115 2008-2009年深圳创华合作有限公司主营收入及各项成本指标表 110

图表 116 威泰克斯通讯（苏州）有限公司概况 110

图表 117 2008-2009年威泰克斯通讯（苏州）有限公司主要经济指标 110

图表 118 2008-2009年 威泰克斯通讯（苏州）有限公司工业总产值及存货产成品指标表 111

图表 119 2008-2009年威泰克斯通讯（苏州）有限公司利润指标表 111

图表 120 2008-2009年威泰克斯通讯（苏州）有限公司盈利比率（能力）指标表 111

图表 121 2008-2009年威泰克斯通讯（苏州）有限公司偿债能力指标表	111
图表 122 2008-2009年威泰克斯通讯（苏州）有限公司偿债比率指标表	112
图表 123 2008-2009年威泰克斯通讯（苏州）有限公司主营收入及各项成本指标表	112
图表 124 文登第逸电子有限公司概况	112
图表 125 2008-2009年文登第逸电子有限公司主要经济指标	113
图表 126 2008-2009年 文登第逸电子有限公司工业总产值及存货产成品指标表	113
图表 127 2008-2009年文登第逸电子有限公司利润指标表	113
图表 128 2008-2009年文登第逸电子有限公司盈利比率（能力）指标表	113
图表 129 2008-2009年文登第逸电子有限公司偿债能力指标表	114
图表 130 2008-2009年文登第逸电子有限公司偿债比率指标表	114
图表 131 2008-2009年文登第逸电子有限公司主营收入及各项成本指标表	114
图表 132 安悦电子(深圳)有限公司概况	114
图表 133 2008-2009年安悦电子(深圳)有限公司主要经济指标	115
图表 134 2008-2009年 安悦电子(深圳)有限公司工业总产值及存货产成品指标表	115
图表 135 2008-2009年安悦电子(深圳)有限公司利润指标表	115
图表 136 2008-2009年安悦电子(深圳)有限公司盈利比率（能力）指标表	115
图表 137 2008-2009年安悦电子(深圳)有限公司偿债能力指标表	116
艾凯数据研究中心发布的《2011-2015年中国对讲机市场运营态势规划及投资前景研究报告》，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、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研究分析。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。	
图表 138 2008-2009年安悦电子(深圳)有限公司偿债比率指标表	116
图表 139 2008-2009年安悦电子(深圳)有限公司主营收入及各项成本指标表	116
图表 140 邦深电子（深圳）有限公司概况	116
图表 141 2008-2009年邦深电子（深圳）有限公司主要经济指标	117
图表 142 2008-2009年 邦深电子（深圳）有限公司工业总产值及存货产成品指标表	117
图表 143 2008-2009年邦深电子（深圳）有限公司利润指标表	117
图表 144 2008-2009年邦深电子（深圳）有限公司盈利比率（能力）指标表	117
图表 145 2008-2009年邦深电子（深圳）有限公司偿债能力指标表	118

图表 146 2008-2009年邦深电子（深圳）有限公司偿债比率指标表 118

图表 147 2008-2009年邦深电子（深圳）有限公司主营收入及各项成本指标表 118

图表 148 技术风险因素 120

图表 149 DMR主要参数 136

图表 150 DMR的业务 137

图表 151 DSRR的指标 138

图表 152 三种标准的语音编码和调制方式 139

图表 153 2011-2015年中国对讲机国内表观消费量预测 139

图表 154 2011-2015年中国对讲机产量预测 140

图表 155 2011-2015年中国对讲机进出口量预测 143

图表 156 2010-2015年中国中高端对讲机行业销售毛利率走势图 143

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/168336.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。