



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2012-2016年中国音响市场运行 监测及发展趋势预测报告

## 一、调研说明

《2012-2016年中国音响市场运行监测及发展趋势预测报告》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/211405.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、音响相关概述

#### 第一节、音响概述

- 一、音响的概念
- 二、音响的应用
- 三、音响的不同风格

#### 第二节、不同音响产品概述

- 一、扩声音响
- 二、广播音响

### 第二章、中国音响产业总体分析

#### 第一节、中国音响产业发展概况

- 一、中国音响产业发展回顾
- 二、中国音响产业进入整合时期
- 三、2009年中国音响产业发展状况
- 四、2010年中国音响产业发展分析
- 四、2011年中国音响产业发展解析

#### 第二节、中国音响市场现状

- 一、音响产品购买者分析
- 二、中国音响市场出口状况
- 三、中国音响市场发展态势分析
- 四、国内音响市场发展机遇与挑战并存

#### 第三节、音响产业存在的问题

- 一、音响产业面临的困境
- 二、中国音响产业的缺陷
- 三、中国音响出现行业性衰退
- 四、导致音响市场规模减小的问题

#### 第四节、针对音响产业健康发展的对策

- 一、中国音响行业出路分析
- 二、中国音响业应对市场难题的对策
- 三、国内音响产业须加强创新

#### 四、中国音响业需要良性互动

#### 五、音响企业应对市场巨变的战略

### 第三章、中国家用音响设备行业财务状况

#### 第一节、中国家用音响设备行业经济规模

##### 一、2007-2011年家用音响设备业销售规模

##### 二、2007-2011年家用音响设备业利润规模

##### 三、2007-2011年家用音响设备业资产规模

#### 第二节、中国家用音响设备行业盈利能力指标分析

##### 一、2007-2011年家用音响设备业亏损面

##### 二、2007-2011年家用音响设备业销售毛利率

##### 三、2007-2011年家用音响设备业成本费用利润率

##### 四、2007-2011年家用音响设备业销售利润率

#### 第三节、中国家用音响设备行业营运能力指标分析

##### 一、2007-2011年家用音响设备业应收账款周转率

##### 二、2007-2011年家用音响设备业流动资产周转率

##### 三、2007-2011年家用音响设备业总资产周转率

#### 第四节、中国家用音响设备行业偿债能力指标分析

##### 一、2007-2011年家用音响设备业资产负债率

##### 二、2010-2011年家用音响设备业利息保障倍数

#### 第五节、中国家用音响设备行业财务状况综合分析

##### 一、家用音响设备业财务状况综合评价

##### 二、影响家用音响设备业财务状况的经济因素分析

### 第四章、家用音响

#### 第一节、家用音响产业现状

##### 一、传统家用音响市场份额逐渐减少

##### 二、国内家用音响市场格局浅析

##### 三、家用音响设备的分析

##### 四、数字音响进入国内家用音响市场

#### 第二节、家用音响企业战略转型行为分析

##### 一、进入新领域

- 二、进入平板电视市场
- 三、进入专业音响市场
- 四、进入文化娱乐市场
- 五、民用音响的渠道转型表现

### 第三节、家庭影院概述

- 一、家庭影院的概念
- 二、家庭影院音响的特点
- 三、家庭影院的形成与普及
- 四、家庭影院的组成分析
- 五、家庭影院的环绕声系统概况

### 第四节、家庭影院发展分析

- 一、国内家庭影院市场发展状况
- 二、家庭影院迷你音响的市场差异性
- 三、众商家大举进驻国内家庭影院市场
- 四、制约家庭影院发展的因素
- 五、中国家庭影院市场发展对策

### 第五节、中国家庭影院音响市场供需分析

- 一、需求分析
- 二、供给分析

## 第五章、专业音响

### 第一节、专业音响概述

- 一、专业音响的定义
- 二、专业音响的组成和应用
- 三、专业音响与民用音响的差异性表现
- 四、KTV专业音响与Hi-Fi音响的异同

### 第二节、中国专业音响行业分析

- 一、中国专业音响行业的发展阶段
- 二、中国专业音响市场发展特征
- 三、中国专业音响行业发展现状
- 四、中国专业音响生产厂商分析
- 五、国内专业音响企业供应链管理简析

## 六、中国专业音响品牌的发展及策略建议

### 第三节、专业音响工程施工技术分析

- 一、工程技术的特点
- 二、工程的技术术语和相关标准
- 三、工程技术的要求
- 四、工程施工的步骤
- 五、工程中的疑难问题

### 第四节、中国专业音响产业发展趋势

- 一、我国专业音响行业未来发展方向
- 二、专业音响的国产化趋势
- 三、中国专业音响产业前景看好
- 四、未来KTV音响系统的发展走向

## 第六章、汽车音响

### 第一节、概述

- 一、汽车音响的组成部分
- 二、汽车音响的分类
- 三、汽车音响的特点分析
- 四、汽车音响与家庭音响的不同

### 第二节、中国汽车音响产业概况

- 一、中国汽车音响行业发展历程
- 二、国内汽车音响市场发展现状
- 三、全球汽车音响生产基地向中国转移
- 四、国内汽车音响企业市场份额较小
- 五、中国汽车音响行业强化品牌战略

### 第三节、汽车音响市场经销分析

- 一、经销状况
- 二、经销商对厂家的满意度
- 三、平面媒体广告投放分析
- 四、汽车音响消费者满意度

### 第四节、中国汽车音响产业存在的问题及应对措施

- 一、汽车音响行业中存在的问题

二、中国汽车音响行业发展不平衡

三、汽车音响产业发展战略分析

四、中国汽车音响产业的经营对策

#### 第五节、汽车音响发展趋势

一、未来中国汽车音响市场发展的四大趋势

二、未来汽车音响行业整体趋势

三、汽车音响后装市场将成竞争焦点

四、多功能成为汽车音响发展新趋势

### 第七章、组合音响

#### 第一节、组合音响行业分析

一、组合音响的特点

二、中国组合音响行业发展概况

三、组合音响市场有待开发

四、组合音响市场迷你风格流行

#### 第二节、2010-2012年4月组合音响产品产量数据分析

一、2010年1-12月全国及主要省份组合音响产量分析

二、2011年1-12月全国及主要省份组合音响产量分析

三、2012年1-4月全国及主要省份组合音响产量分析

#### 第三节、迷你音响

一、国内迷你音响市场现状分析

二、金属迷你共振音响市场走俏

三、迷你音响市场热销

四、迷你音响进驻家电市场

五、国产迷你音响品牌反击国外品牌

#### 第四节、HI-FI音响

一、Hi-Fi音响的概念

二、Hi-Fi音响的特点

三、Hi-Fi与AV的比较分析

四、Hi-Fi音响成为消费热点

五、国内Hi-Fi音响市场发展潜力较大

## 第八章、音响技术分析

### 第一节、音响技术的进步对音乐形式发展的影响

- 一、录音技术的发明
- 二、七十八转唱片
- 三、麦克风的改进
- 四、广播业的兴起
- 五、电吉它的发明
- 六、唱片的进化

### 第二节、音响技术发展概况

- 一、音响技术与声学原理分析
- 二、世界音响技术发展历程
- 三、音响技术的发展阶段分析
- 四、音响技术概念解读
- 五、音响系统的主要技术指标

### 第三节、汽车音响改装技术

- 一、汽车音响改装的原则
- 二、影响汽车音响改装效果的因素
- 三、我国汽车音响改装行业发展现状
- 四、汽车音响改装技术市场解析
- 五、汽车音响改装行业的发展瓶颈

## 第九章、音响产业竞争分析

### 第一节、国外企业对中国音响市场的争夺

- 一、世界音响巨头悄然进军中国
- 二、国际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、日本音响新品冲击中国市场

### 第二节、国内音响市场竞争概况

- 一、国内音响市场进入战国时代
- 二、中国音响市场呈现两极分化格局
- 三、国内音响市场竞争态势
- 四、技术和质量成音响业竞争焦点



### 第三节、中国音响产业的品牌竞争

- 一、音响市场品牌发生变局
- 二、中国打造世界音响名牌的途径
- 三、音响品牌呼唤领袖

### 第四节、中国音响生产企业的竞争策略

- 一、万利达
- 二、威格
- 三、熊猫
- 四、先驱

## 第十章、音响产业市场营销分析

### 第一节、音响市场消费概况

- 一、中国音响消费市场简析
- 二、音响消费观念发生转变
- 三、音响"更新"消费观念显现
- 四、大音响消费者逐渐减少

### 第二节、部分省市音响消费状况

- 一、广东
- 二、东莞
- 三、佛山
- 四、长沙
- 五、上海

### 第三节、音响业销售出路分析

- 一、联合即强
- 二、专卖店趋势
- 三、社区模式应用

### 第四节、音响营销对策

- 一、音响营销的渠道变化及趋势
- 二、音响营销新模式亟待创新
- 三、音响品牌专卖营销
- 四、音响文化营销
- 五、音响服务营销

## 第五节、知名品牌音响营销案例

- 一、CAV
- 二、森尼
- 三、威莱

## 第十一章、国外重点音响企业分析

### 第一节、美国重点音响企业

- 一、BOSE
- 二、波士顿
- 三、MTX
- 四、狮龙

### 第二节、日本重点汽车音响企业

- 一、JVC
- 二、歌乐
- 三、天龙
- 四、马兰士

### 第三节、欧洲重点汽车音响企业

- 一、英国曼琴MACROM
- 二、法国FOCAL
- 三、意大利世霸
- 四、丹麦丹拿

## 第十二章、国内重点企业介绍

### 第一节、飞乐音响

- 一、公司简介
- 二、2010年1-12月飞乐音响经营状况分析
- 三、2011年1-12月飞乐音响经营状况分析
- 四、2012年1-3月飞乐音响经营状况分析

### 第二节、国光电器

- 一、公司简介
- 二、2009年国光电器收购爱浪发力国内音响市场
- 三、2010年1-12月广州国光经营状况分析

四、2011年1-12月广州国光经营状况分析

五、2012年1-3月广州国光经营状况分析

六、广州国光电器音响业务的经营状况

### 第三节、奇声

一、公司简介

二、2009年1-12月奇声电子实业有限公司经营状况

三、2010年1-12月奇声电子实业有限公司经营状况

四、奇声音响凭借实力涉足专业音响领域

### 第四节、步步高

一、公司简介

二、2009年1-12月步步高视听电子有限公司经营状况

三、2010年1-12月步步高视听电子有限公司经营状况

四、步步高公司音响业务发展战略

### 第五节、丽声

一、公司简介

二、丽声音响取胜市场的原因

三、丽声音响以质量称霸市场

四、丽声音响开创信息化影音新时代

## 第十三章、中国音响产业投资与发展趋势

### 第一节、投资概况

一、中国音响市场投资升温

二、国外风险投资争夺中国音响领域

三、日资音响企业扩大在中国市场投资

四、国内汽车影音市场投资收益分析

### 第二节、投资热点

一、MP3音响组合

二、迷你组合音响

三、影音一体化

### 第三节、中国音响产业前景展望

一、我国音响市场未来发展方向

二、中国电子音响产品的发展趋势

### 三、2012-2016年中国家用音响设备行业预测分析

### 四、中国音响市场前景看好

#### 附录

附录一：3C认证认可条例

附录二：《家用电器商品维修管理办法》

附录三：家用视听商品修理更换退货责任规定

#### 图表目录：

图表 2007-2011年家用音响设备业销售收入

图表 2007-2011年家用音响设备业销售收入增长趋势图

图表 2009-2010年11月家用音响设备业不同规模企业销售额

图表 2010年1-11月家用音响设备业不同规模企业销售额对比图

图表 2011年1-12月家用音响设备业不同规模企业销售额

图表 2011年1-12月家用音响设备业不同规模企业销售额对比图

图表 2009-2010年11月家用音响设备业不同所有制企业销售额

图表 2010年1-11月家用音响设备业不同所有制企业销售额对比图

图表 2011年1-12月家用音响设备业不同所有制企业销售额

图表 2011年1-12月家用音响设备业不同所有制企业销售额对比图

图表 2007-2011年家用音响设备业利润总额

图表 2007-2011年家用音响设备业利润总额增长趋势图

图表 2009-2010年11月家用音响设备业不同规模企业利润总额

图表 2010年1-11月家用音响设备业不同规模企业利润总额对比图

图表 2011年1-12月家用音响设备业不同规模企业利润总额

图表 2011年1-12月家用音响设备业不同规模企业利润总额对比图

图表 2009-2010年11月家用音响设备业不同所有制企业利润总额

图表 2011年1-12月家用音响设备业不同所有制企业利润总额

图表 2011年1-12月家用音响设备业不同所有制企业利润总额对比图

图表 2007-2011年家用音响设备业资产总额

图表 2007-2011年家用音响设备业总资产增长趋势图

图表 截至2011年12月底家用音响设备业不同规模企业总资产

图表 截至2011年12月底家用音响设备业不同规模企业总资产对比图

图表 截至2011年12月底家用音响设备业不同所有制企业总资产

图表 截至2011年12月底家用音响设备业不同所有制企业总资产对比图

图表 2007-2011年家用音响设备业亏损面

图表 2007-2011年家用音响设备业亏损企业亏损总额

图表 2007-2011年家用音响设备业销售毛利率趋势图

图表 2007-2011年家用音响设备业成本费用率

图表 2007-2011年家用音响设备业成本费用利润率趋势图

图表 2007-2011年家用音响设备业销售利润率趋势图

图表 2007-2011年家用音响设备业应收账款周转率对比图

图表 2007-2011年家用音响设备业流动资产周转率对比图

图表 2007-2011年家用音响设备业总资产周转率对比图

图表 2007-2011年家用音响设备业资产负债率对比图

图表 2009-2011年家用音响设备业利息保障倍数对比图

图表 家庭影院的组成

图表 杜比基本解码器

图表 杜比定向逻辑解码器

图表 杜比定向逻辑系统的工作方式

图表 杜比数字系统

图表 QSound公司的QSurround方案

图表 消费者价格需求比例

图表 消费者渠道需求结构比例图

图表 购买决策人比例图

图表 家庭影院对消费者的情感诉求满足和社会属性诉求的满足

图表 目标消费群特征图

图表 婚姻状况与消费者的购买行为的关系

图表 家庭住房面积与影院音响消费关系

图表 价格需求与供应对比分析

图表 渠道需求与供应分析图

图表 消费者对促销员的认同率

图表 经销商经营模式

图表 销量好的原因

图表 车主购买考虑因素

图表 经销商选择厂家的考虑因素

图表 经销商进货渠道

图表 经销商对厂家的满意程度

图表 消费者对汽车音响价位的选择比例

图表 国外品牌在国内的知名度

图表 消费者对车载音响改装的原因

图表 消费者对汽车音响产品指标调查

图表 消费者对音响产品的满意程度

图表 2010年1-12月全国组合音响产量数据

图表 2010年1-12月广东省组合音响产量数据

图表 2010年1-12月天津市组合音响产量数据

图表 2010年1-12月江苏省组合音响产量数据

图表 2010年1-12月四川省组合音响产量数据

图表 2010年1-12月福建省组合音响产量数据

图表 2010年1-12月山东省组合音响产量数据

图表 2011年1-12月全国组合音响产量数据

图表 2011年1-12月广东省组合音响产量数据

图表 2011年1-12月上海市组合音响产量数据

图表 2011年1-12月江苏省组合音响产量数据

图表 2011年1-12月浙江省组合音响产量数据

图表 2011年1-12月四川省组合音响产量数据

图表 2011年1-12月天津市组合音响产量数据

图表 2011年1-12月福建省组合音响产量数据

图表 2012年1-4月全国组合音响产量数据

图表 2012年1-4月广东省组合音响产量数据

图表 2012年1-4月上海市组合音响产量数据

图表 2012年1-4月广西自治区组合音响产量数据

图表 2012年1-4月江苏省组合音响产量数据

图表 2012年1-4月安徽省组合音响产量数据

图表 2012年1-4月浙江省组合音响产量数据

图表 2012年1-4月天津市组合音响产量数据

图表 2009财年JVC综合损益表

图表 2009财年JVC不同部门净销售额和营业利润情况

图表 2009-2010财年前三季度JVC简明损益表

图表 2010财年前三季度JVC不同部门净销售额情况

图表 2010年1-12月飞乐音响主要财务数据

图表 2010年1-12月飞乐音响非经常性损益项目及金额

图表 2008年-2010年飞乐音响主要会计数据和主要财务指标

图表 2010年1-12月飞乐音响主营业务分产品情况

图表 2010年1-12月飞乐音响主营业务分地区情况

图表 2011年1-12月飞乐音响主要财务数据

图表 2011年1-12月飞乐音响非经常性损益项目及金额

图表 2009年-2011年飞乐音响主要会计数据

图表 2009年-2011年飞乐音响主要财务指标

图表 2011年1-12月飞乐音响主营业务分行业、产品情况

图表 2011年1-12月飞乐音响主营业务分地区情况

图表 2012年1-3月飞乐音响主要会计数据及财务指标

图表 2012年1-3月飞乐音响非经常性损益项目及金额

图表 2010年1-12月广州国光主要财务数据

图表 2010年1-12月广州国光非经常性损益项目及金额

图表 2008年-2010年广州国光主要会计数据

图表 2008年-2010年广州国光主要财务指标

图表 2010年1-12月广州国光主营业务分行业情况

图表 2010年1-12月广州国光主营业务分产品情况

图表 2010年1-12月广州国光主营业务分地区情况

图表 2011年1-12月广州国光主要财务数据

图表 2011年1-12月广州国光非经常性损益项目及金额

图表 2009年-2011年广州国光主要会计数据

图表 2009年-2011年广州国光主要财务指标

图表 2011年1-12月广州国光主营业务分行业情况

图表 2011年1-12月广州国光主营业务分产品情况

图表 2011年1-12月广州国光主营业务分地区情况

图表 2011年1-12月广州国光音响业务收入总体及各类产品比上年增减情况

图表 2011年1-12月广州国光音响业务各类产品销售比重

图表 2010年1-12月广州国光音响业务各类产品销售比重

图表 2011年1-12月广州国光音响业务各类产品毛利比重

图表 2012年1-3月广州国光主要会计数据及财务指标

图表 2012年1-3月广州国光非经常性损益项目及金额

图表 2009年1-12月东莞市奇声电子实业有限公司总体规模数据

图表 2009年1-12月东莞市奇声电子实业有限公司主要产销数据

图表 2009年1-12月东莞市奇声电子实业有限公司主要财务数据

图表 2009年1-12月东莞市奇声电子实业有限公司偿债能力指标数据

图表 2009年1-12月东莞市奇声电子实业有限公司营运能力指标数据

图表 2009年1-12月东莞市奇声电子实业有限公司获利能力指标数据

图表 2010年1-12月东莞市奇声电子实业有限公司总体规模数据

图表 2010年1-12月东莞市奇声电子实业有限公司主要产销数据

图表 2010年1-12月东莞市奇声电子实业有限公司主要财务数据

图表 2010年1-12月东莞市奇声电子实业有限公司偿债能力指标数据

图表 2010年1-12月东莞市奇声电子实业有限公司营运能力指标数据

图表 2010年1-12月东莞市奇声电子实业有限公司获利能力指标数据

图表 2009年1-12月东莞市步步高视听电子有限公司总体规模数据

图表 2009年1-12月东莞市步步高视听电子有限公司主要产销数据

图表 2009年1-12月东莞市步步高视听电子有限公司主要财务数据

图表 2009年1-12月东莞市步步高视听电子有限公司偿债能力指标数据

图表 2009年1-12月东莞市步步高视听电子有限公司营运能力指标数据

图表 2009年1-12月东莞市步步高视听电子有限公司获利能力指标数据

图表 2010年1-12月东莞市步步高视听电子有限公司总体规模数据

图表 2010年1-12月东莞市步步高视听电子有限公司主要产销数据

图表 2010年1-12月东莞市步步高视听电子有限公司主要财务数据

图表 2010年1-12月东莞市步步高视听电子有限公司偿债能力指标数据

图表 2010年1-12月东莞市步步高视听电子有限公司营运能力指标数据

图表 2010年1-12月东莞市步步高视听电子有限公司获利能力指标数据

图表 2012-2016年中国家用音响设备行业工业总产值预测

图表 2012-2016年中国家用音响设备行业产品销售收入预测

图表 2012-2016年中国家用音响设备行业累计利润总额预测



详细请访问：<https://www.icandata.com/view/211405.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提供专业投资咨询报告、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。