



艾凯咨询
ICAN Consulting

2013-2017年中国多媒体设备市场评估及发展战略咨询报告

一、调研说明

《2013-2017年中国多媒体设备市场评估及发展战略咨询报告》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/223113.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

十几年前，中国多媒体设备市场受到国外多媒体设备品牌的强势冲击，国内多媒体设备品牌寥寥无几；十几年之后的今天，中国市场上的国际品牌多媒体设备更是漫天飞舞，而国产专业品牌仍旧如数家珍，面对诺大的多媒体设备市场，是中国人没有建造品牌的能力抑或是国内市场对国内品牌不认可，但就目前国内多媒体设备市场而言，还存在不少限制条件，在一定程度上制约着国内多媒体设备的健康发展。对国际品牌的盲目崇信。甚至有不少工程中指定只使用某个国际品牌的产品。其实，中国作为多媒体设备生产制造大国，多数国际品牌都是在国内代工成生产。而国内多媒体设备产品因品牌影响力小，而不被认可，甚少在国内国际重大工程项目上出现。未来五年是一个重要的发展时期。首先，对整个行业来说，市场集中度的进一步提高和国内外品牌的市场份额比值的逐渐变化，将是不可避免的大势所趋。数家国际和国内知名品牌，将逐渐主导整个行业的发展方向，部分国外和国内品牌将难逃被淘汰出局的命运；国内品牌相对国外品牌的市场占有率将逐步提高，也将是行业将呈现出的一个重要特征，但国内品牌的全面赶超过程还将延续较长时间。未来较长一段时间内，国内的多媒体设备灯光及会议广播系统行业的发展前景是相当鼓舞人心的。外部需求的强劲增长，国内外厂商的竞争互动和市场及行业规范性的不断完善，都预示着该行业将迎来新一轮的快速增长。当然，对于行业的不利因素也同样存在，近年来，上游原材料价格的持续上扬，对厂家控制运营和管理成本的能力提出了更高的要求，在这一大背景下，行业内现有的上规模有实力的厂商已显露出一定的比较优势。

网络多媒体社会的发展。据统计，目前我国通过各种途径上网的人群已超过17000万，通过宽带上网的人群也已超过7700万。预计每年以23.4%的速度递增，不久将成为世界第一网络多媒体使用大国。网络多媒体已渗透到我们生活的各个领域，网络多媒体与我们的生活息息相关，可以毫不夸张地说，我们即将进入一个崭新的网络多媒体社会。网络多媒体给人类社会的发展带来了非同寻常的机遇，使人类社会的发展正以前所未有的速度迈进信息社会。网络多媒体确实创造了一个奇迹，但在奇迹背后，存在着日益突出的问题，给人们提出了极大的挑战。多媒体设备行业内部的竞争日渐激烈主要表现在以下几点：一是行业增长缓慢，对市场份额的争夺激烈；二是竞争者数量较多，竞争力量大抵相当；三是竞争对手提供的产品或服务大致相同，或者只少体现不出明显差异；四是某些企业为了规模经济的利益，扩大生产规模，市场均势被打破，产品大量过剩，企业开始诉诸于削价竞销。多媒体设备行业顾客的议价能力。多媒体设备行业供货厂商的议价能力，表现在供货厂商能否有效地促使买方接受更高的价格、更早的付款时间或更可靠的付款方式。

《2013-2017年中国多媒体设备市场评估及发展战略咨询报告》共十章。在大量周密的市场

调研基础上，主要依据了国家文化部、国家统计局、国家发改委、国家海关总署、工业和信息化部、工商总局、全国商业信息中心、中国经济景气监测中心、中国多媒体设备行业协会、中国产业研究报告网、全国及海外多种相关报刊杂志的基础信息等公布和提供的大量资料。

本多媒体设备行业报告，对国际、国内多媒体设备行业市场发展状况、关联行业发展状况、行业竞争状况、优势企业发展状况、消费现状以及行业营销进行了深入的分析，在总结中国多媒体设备行业发展历程的基础上，结合新时期的各方面因素，对中国多媒体设备行业的发展趋势给予了细致和审慎的预测论证。本报告是多媒体设备行业生产、经营、科研企业及相关研究单位极具参考价值的专业报告。

报告目录

第一章 中国多媒体设备行业竞争背景分析

第一节 政策背景

一、宏观政策背景

二、财政货币政策背景

三、产业政策背景

四、宏观经济政策变化

第二节 经济背景

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、2013年中国宏观经济发展预测分析

第三节 社会背景

一、人口结构变化对经济的影响

二、社会年龄结构

三、社会学历结构

四、收入差距结构

五、社会背景对多媒体设备行业影响分析

第四节 技术背景

一、技术研发现状

二、新技术应用

三、技术发展趋势

四、技术创新对多媒体设备行业影响分析

第二章 中国多媒体设备市场现状分析

第一节 市场发展阶段

一、现代中控系统向网络化发展

二、多媒体网络中控

第二节 市场竞争结构

一、市场竞争结构

二、多媒体教学设备竞争

第三节 市场供需格局

一、2010-2012年中国多媒体设备的供给分析

二、2010-2012年中国多媒体设备的需求分析

第四节 市场发展趋势

一、产品种类不断丰富

二、2013-2017年行业技术开发方向

第五节 未来市场预测

一、2013-2017年中国多媒体设备的供给预测

二、多媒体平板电视产业链

第三章 多媒体设备的进出口分析

第一节 中国多媒体设备的进出口格局分析

一、进出口格局

二、进出口数据

第二节 进出口因素分析

一、金融危机特别是"后危机时代"主要影响因素

二、人民币升值对进出口影响分析

三、营销模式对产品进出口影响分析

第三节 "十二五"期间我国进出口贸易规划

一、"十二五"期间贸易环境分析

二、"十二五"时期贸易发展趋势

第四章 2010-2012年中国多媒体设备行业重点数据解析

第一节 多媒体设备行业规模情况分析

一、行业单位规模情况分析

二、行业发展能力分析

第二节 多媒体设备行业综合分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

第五章 多媒体设备的区域格局分析

第一节 华北

第二节 东北

第三节 华东

第四节 华中

第五节 华南

第六章 多媒体设备行业市场竞争分析

第一节 行业竞争结构

一、现有企业间同业竞争分析

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

第二节 中国多媒体设备行业国际竞争力比较

一、生产要素

二、需求条件

第三节 行业集中度分析

一、多媒体音响设备行业利润集中度分析

二、多媒体音响设备行业主营收入集中度

三、多媒体音响设备行业总资产集中度

第四节 行业竞争策略

一、服务战略的导入

二、服务内容和项目竞争

第七章 多媒体设备重点企业分析

第一节 飞乐音响股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、运营现状
- 三、公司财务分析
- 四、发展策略
- 五、前景预测

第二节 漫步者股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、运营现状
- 三、公司财务分析
- 四、发展策略
- 五、前景预测

第三节 歌尔声学股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、运营现状
- 三、公司财务分析
- 四、发展策略
- 五、前景预测

第四节 国光电器股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、运营现状
- 三、公司财务分析
- 四、发展策略
- 五、前景预测

第五节 深圳兆驰股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、运营现状
- 三、公司财务分析
- 四、发展策略
- 五、前景预测

第八章 "十二五"期间多媒体设备的投资分析

第一节 "十二五"期间多媒体设备的投资机遇

一、多媒体行业自主创新

二、多媒体设备投融资体系

第二节 "十二五"期间多媒体设备的投资风险

一、市场竞争风险

二、技术风险分析

三、政策和体制风险

四、外资进入现状及对未来市场的威胁

第三节 "十二五"期间多媒体设备的品牌战略

一、品牌建设

二、3C分析法

三、SWOT分析法

第九章 多媒体设备企业应对"十二五"规划研究及转型策略分析

第一节 多媒体设备企业应对"十二五"经济全球化策略

一、全面推进新型国际化战略

二、实施新型国际化战略的重点

第二节 多媒体设备企业应对"十二五"技术发展与国际技术规则制定策略

一、信息化建设

二、多媒体教学市场上的新技术

第三节 多媒体设备企业应对"十二五"经济结构转型策略

一、经济结构转型

二、济结构转型过程中发挥战略性作用

第十章 多媒体设备行业前景分析及对策

第一节 行业发展前景分析

一、行业市场发展前景分析

二、行业市场蕴藏的商机分析

第二节 行业发展对策

一、把握国家投资的契机

二、非竞争性战略联盟的实施

三、市场的重点客户战略实施

图表目录

图表：2012年多媒体设备需求方的主要采购渠道统计

图表：2012年我国多媒体计算机设备销售产值统计

图表：2012年北京多媒体计算机设备销售产值统计

图表：2012年天津多媒体计算机设备销售产值统计

图表：2012年辽宁多媒体计算机设备销售产值统计

图表：2012年北京多媒体计算机设备出口交货值统计

图表：2012年我国多媒体计算机设备出口交货值统计

图表：2012年黑龙江多媒体计算机设备出口交货值统计

图表：2012年我国多媒体计算机设备出口交货值统计

图表：2012年我国多媒体计算机设备出口交货值统计

图表：2012年多媒体通信设备基本经济指标分析

图表：2012年多媒体通信设备成长能力分析

图表：2012年多媒体通信设备行业盈利能力分析

图表：2012年多媒体通信设备行业偿债能力分析

图表：2012年多媒体通信设备行业运营能力分析

图表：2008-2012年天津多媒体组合音响设备产量统计分析

图表：2008-2012年上海多媒体组合音响设备出口交货值分析

图表：2008-2012年江苏多媒体组合音响设备产量统计分析

图表：2008-2012年浙江多媒体组合音响设备产量统计分析

图表：2008-2012年广东多媒体传真机设备产量统计分析

图表：2008-2012年我国多媒体数字激光音设备产量统计分析

图表：2008-2012年江苏多媒体数字激光音设备产量统计分析

图表：2008-2012年福建多媒体数字激光音设备产量统计分析

图表：2008-2012年江西多媒体数字激光音设备产量统计分析

图表：2008-2012年广东多媒体数字激光音设备产量统计分析

图表：2008-2012年我国多媒体组合音响设备产量统计分析

图表：2008-2012年安徽多媒体组合音响设备产量统计分析

图表：2008-2012年广东多媒体组合音响设备产量统计分析

图表：2008-2012年山东多媒体微波终端机设备产量统计分析

图表：2008-2012年我国多媒体程控交换机设备产量统计分析

图表：2008-2012年北京多媒体程控交换机设备产量统计分析

图表：2008-2012年天津多媒体程控交换机设备产量统计分析

图表：2008-2012年河北多媒体程控交换机设备产量统计分析

图表：2008-2012年辽宁多媒体程控交换机设备产量统计分析

图表：2008-2012年上海多媒体程控交换机设备产量统计分析

图表：2008-2012年江苏多媒体程控交换机设备产量统计分析

图表：2008-2012年浙江多媒体程控交换机设备产量统计分析

图表：2008-2012年山东多媒体程控交换机设备产量统计分析

图表：2008-2012年广东多媒体程控交换机设备产量统计分析

图表：2008-2012年我国多媒体通信基站设备产量统计分析

图表：2008-2012年我国多媒体通信基站设备产量统计分析

图表：2008-2012年江苏多媒体通信基站设备产量统计分析

图表：2008-2012年我国多媒体通信基站设备产量统计分析

图表：2008-2012年我国多媒体显示器设备产量统计分析

图表：2008-2012年北京多媒体显示器设备产量统计分析

图表：2008-2012年天津多媒体显示器设备产量统计分析

图表：2008-2012年上海多媒体显示器设备产量统计分析

图表：2008-2012年山东多媒体显示器设备产量统计分析

图表：2012年吉林多媒体数字激光音设备出口交货值统计分析

图表：2008-2012年江苏多媒体显示器设备产量统计分析

图表：2008-2012年福建多媒体显示器设备产量统计分析

图表：2008-2012年湖北多媒体显示器设备产量统计分析

图表：2008-2012年广东多媒体设备产量统计分析

图表：2008-2012年广西多媒体显示器设备产量统计分析

图表：多媒体音响设备行业利润集中度分析

图表：多媒体音响设备行业主营收入集中度

图表：多媒体音响设备行业总资产集中度

图表：2011-2012年飞乐音响股份有限公司每股指标分析

图表：2011-2012年飞乐音响股份有限公司成长能力分析

图表：2011-2012年飞乐音响股份有限公司盈利能力分析

图表：2011-2012年飞乐音响股份有限公司盈利指标分析

图表：2011-2012年飞乐音响股份有限公司运营能力分析

图表：2011-2012年飞乐音响股份有限公司财务风险分析

图表：2011-2012年飞乐音响股份有限公司资产负债表分析

图表：2011-2012年飞乐音响股份有限公司利润表分析

图表：2011-2012年飞乐音响股份有限公司资产结构分析

图表：2011-2012年飞乐音响股份有限公司发发展能力分析

图表：2011-2012年飞乐音响股份有限公司现金流量表分析

图表：2011-2012年漫步者股份有限公司每股指标份分析

图表：2011-2012年漫步者股份有限公司成长能力分析

图表：2011-2012年漫步者股份有限公司盈利能力分析

图表：2011-2012年漫步者股份有限公司盈利质量分析

图表：2011-2012年漫步者股份有限公司运营能力分析

图表：2011-2012年漫步者股份有限公司财务风险分析

图表：2011-2012年漫步者股份有限公司资产负债表分析

图表：2011-2012年漫步者股份有限公司利润表分析

图表：2011-2012年漫步者股份有限公司资产结构分析

图表：2011-2012年歌尔声学股份股份有限公司

图表：2011-2012年歌尔声学股份股份有限公司

图表：2011-2012年歌尔声学股份股份有限公司

图表：2011-2012年歌尔声学股份股份有限公司

图表：2011-2012年歌尔声学股份股份有限公司

图表：2011-2012年歌尔声学股份股份有限公司

图表：2011-2012年歌尔声学股份股份有限公司

图表：2011-2012年歌尔声学股份股份有限公司

图表：2011-2012年歌尔声学股份股份有限公司

图表：2011-2012年国光电器股份有限公司

图表：2011-2012年国光电器股份有限公司

图表：2011-2012年国光电器股份有限公司

图表：2011-2012年国光电器股份有限公司

图表：2011-2012年国光电器股份有限公司

图表：2011-2012年国光电器股份有限公司

图表：2011-2012年国光电器股份有限公司

图表：2011-2012年国光电器股份有限公司

图表：2011-2012年国光电器股份有限公司

图表：2011-2014年兆驰股份有限公司每股收益预测

图表：2011-2014年兆驰股份有限公司净资产收益率预测

图表：2011-2014年兆驰股份有限公司营业收入预测

图表：2011-2012年兆驰股份有限公司每股指标分析

图表：2011-2012年兆驰股份有限公司成长能力分析

图表：2011-2012年兆驰股份有限公司盈利能力分析

图表：2011-2012年兆驰股份有限公司盈利质量指标分析

图表：2011-2012年兆驰股份有限公司运营能力分析

图表：2011-2012年兆驰股份有限公司财务风险指标分析

图表：2011-2012年兆驰股份有限公司资产负债表分析

图表：2011-2012年兆驰股份有限公司利润表分析

略……

通过《2013-2017年中国多媒体设备市场评估及发展战略咨询报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业发展提供了科学决策依据。

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/223113.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。