



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2015-2020年中国蓝牙耳机市场 监测及投资战略研究报告

## 一、调研说明

《2015-2020年中国蓝牙耳机市场监测及投资战略研究报告》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/251362.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 蓝牙耳机市场竞争背景 7

#### 第一节 政策背景 7

##### 一、宏观政策背景 7

##### 二、财政货币政策背景 7

##### 三、产业政策背景 8

###### （一）《高技术产业发展"十一五"规划》 8

###### （二）《电子基础材料和关键元器件"十一五"专项规划》 8

###### （三）《电子信息产业调整和振兴规划》 8

###### （四）《国务院关于加快培育发展战略性新兴产业的决定》 9

##### 四、行业政策背景 9

##### 五、人力资源政策背景 9

##### 六、政策变更对蓝牙耳机行业影响分析 11

#### 第二节 经济背景 11

##### 一、经济发展状况 11

##### 二、收入增长情况 12

##### 三、固定资产投资 12

##### 四、存贷款利率变化 13

##### 五、人民币汇率变化 14

##### 六、金融危机对蓝牙耳机行业影响分析 15

#### 第三节 社会背景 16

##### 一、人口社会背景 16

##### 二、社会年龄结构 17

##### 三、社会学历结构 17

##### 四、收入差距结构 18

##### 五、其他社会因素 19

##### 六、社会背景对蓝牙耳机行业影响分析 20

#### 第四节 技术背景 20

##### 一、技术研发现状 20

##### 二、新技术应用 20

##### 三、技术发展趋势 21

#### 四、技术创新对蓝牙耳机行业影响分析 22

#### 第五节 产业背景 23

##### 一、产业链价值结构 23

##### 二、蓝牙耳机行业产业链地位 23

##### 三、前向一体化现状 24

##### 四、后向一体化现状 25

##### 五、产业价值链对蓝牙耳机行业影响分析 25

### 第二章 2009-2014年中国蓝牙耳机市场规模现状及趋势 26

#### 第一节 2009-2014年蓝牙耳机市场发展现状 26

##### 一、市场阶段性分析 26

##### 二、市场增长性现状 27

##### 三、市场平衡性现状 27

##### 四、市场结构性现状 27

##### 五、市场博弈状况 28

#### 第二节 中国蓝牙耳机市场供需规模现状及趋势 28

##### 一、2005-2014年蓝牙耳机市场供给规模及预测 28

##### 二、2005-2014年蓝牙耳机市场需求规模及预测 29

##### 三、2008-2014年蓝牙耳机市场进出口规模及预测 30

##### 四、2005-2014年蓝牙耳机市场价格走势现状及预测 36

#### 第三节 中国蓝牙耳机市场区域市场结构现状及趋势 37

##### 一、2005-2014年东北市场规模及预测 37

##### 二、2005-2014年华北市场规模及预测 37

##### 三、2005-2014年华东市场规模及预测 38

##### 四、2005-2014年华中市场规模及预测 38

##### 五、2005-2014年华南市场规模及预测 39

##### 六、2005-2014年西部市场规模及预测 39

#### 第四节 中国蓝牙耳机市场细分市场结构现状及趋势 40

### 第三章 2014年中国蓝牙耳机市场竞争现状及趋势 41

#### 第一节 中国蓝牙耳机行业竞争核心要素调研分析 41

#### 第二节 中国蓝牙耳机行业竞争现状及特性分析 41

第三节 中国蓝牙耳机市场品牌竞争核心要素调研分析	42
第四节 中国蓝牙耳机市场主要品牌内涵建设现状及趋势	42
第五节 中国蓝牙耳机市场主要品牌外延建设现状及趋势	43
第六节 中国蓝牙耳机市场主要品牌竞争格局现状及趋势	44

#### 第四章 2014年中国蓝牙耳机品牌消费群体及满意度分析 45

##### 第一节 品牌消费者偏好分析 45

- 一、消费者对不同地域品牌的偏好分析 45
- 二、消费者对不同档次品牌的偏好分析 45
- 三、不同阶层消费者的品牌偏好分析 45

##### 第二节 不同客户品牌消费态度分析 46

- 一、金融危机对品牌消费态度的影响 46
- 二、不同收入客户品牌消费态度 46
- 三、不同年龄客户品牌消费态度 46
- 四、不同地区客户品牌消费态度 46
- 五、不同学历客户品牌消费态度 46
- 六、不同性别客户品牌消费态度 47

##### 第三节 不同客户品牌意识分析 47

- 一、不同收入客户的品牌意识 47
- 二、不同年龄客户的品牌意识 47
- 三、不同地区客户的品牌意识 47
- 四、不同学历客户的品牌意识 47
- 五、不同性别客户的品牌意识 47

##### 第四节 不同客户品牌关注点分析 47

- 一、不同收入客户的品牌关注点 47
- 二、不同年龄客户的品牌关注点 48
- 三、不同地区客户的品牌关注点 48
- 四、不同学历客户的品牌关注点 48
- 五、不同性别客户的品牌关注点 48

##### 第五节 品牌消费对蓝牙耳机产品的建议 48

- 一、品牌内涵建设建议 48
- 二、品牌外延建设建议 48

## 第五章 十大蓝牙耳机品牌竞争力及趋势分析 50

### 第一节 诺基亚品牌 50

- 一、品牌概述 50
- 二、2005-2014年企业经营业绩 51
- 三、2005-2014年品牌市场业绩 51
- 四、品牌建设现状 52
- 五、品牌核心竞争力分析 53
- 六、品牌竞争策略 54

### 第二节 索尼爱立信品牌 57

- 一、品牌概述 57
- 二、2005-2014年企业经营业绩 58
- 三、2005-2014年品牌市场业绩 58
- 四、品牌建设现状 59
- 五、品牌核心竞争力分析 60
- 六、品牌竞争策略 61

### 第三节 摩托罗拉品牌 61

- 一、品牌概述 61
- 二、2005-2014年企业经营业绩 62
- 三、2005-2014年品牌市场业绩 63
- 四、品牌建设现状 63
- 五、品牌核心竞争力分析 63
- 六、品牌竞争策略 65

### 第四节 三星品牌 65

- 一、品牌概述 65
- 二、2005-2014年企业经营业绩 66
- 三、2005-2014年品牌市场业绩 66
- 四、品牌建设现状 67
- 五、品牌核心竞争力分析 67
- 六、品牌竞争策略 67

### 第五节 港陆创科品牌 68

- 一、品牌概述 68

- 二、2005-2014年企业经营业绩 69
- 三、2005-2014年品牌市场业绩 69
- 四、品牌建设现状 70
- 五、品牌核心竞争力分析 70
- 六、品牌竞争策略 70

#### 第六节 JABRA捷波朗品牌 70

- 一、品牌概述 70
- 二、2005-2014年企业经营业绩 71
- 三、2005-2014年品牌市场业绩 71
- 四、品牌建设现状 72
- 五、品牌核心竞争力分析 72
- 六、品牌竞争策略 72

#### 第七节 微星品牌 73

- 一、品牌概述 73
- 二、企业经营业绩 74
- 三、品牌市场业绩 74
- 四、品牌建设现状 74
- 五、品牌核心竞争力分析 75
- 六、品牌竞争策略 75

#### 第八节 GOERTEK哥尔品牌 75

- 一、品牌概述 75
- 二、2006-2014年企业经营业绩 76
- 三、2005-2014年品牌市场业绩 76
- 四、品牌建设现状 77
- 五、品牌核心竞争力分析 77
- 六、品牌竞争策略 77

#### 第九节 缤特力品牌 78

- 一、品牌概述 78
- 二、2005-2014年企业经营业绩 78
- 三、品牌市场业绩 78
- 四、品牌建设现状 79
- 五、品牌核心竞争力分析 79

## 六、品牌竞争策略 79

### 第十节 中电蓝牙品牌 80

#### 一、品牌概述 80

#### 二、企业经营业绩 80

#### 三、品牌市场业绩 80

#### 四、品牌建设现状 81

#### 五、品牌核心竞争力分析 81

#### 六、品牌竞争策略 82

## 第六章 品牌经营机会及风险分析 84

### 第一节 蓝牙耳机市场品牌SWOT分析 84

#### 第二节 品牌定位风险 84

#### 第三节 品牌竞争风险 84

#### 第四节 品牌文化风险 85

#### 第五节 品牌信任风险 85

#### 第六节 品牌资源风险 85

#### 第七节 品牌同质风险 85

## 第七章 蓝牙耳机市场品牌建设及策略建议 86

### 第一节 品牌推广策略建议 86

### 第二节 品牌文化策略建议 86

### 第三节 品牌外延策略建议 87

### 第四节 品牌风险规避建议 87

## 图表目录：

图表 1:2006-2014年我国国内生产总值及增长率统计图 11

图表 2：2006-2014年中国财政收入与支出统计图 12

图表 3：2006-2014年全社会固定资产投资总额及变化情况 13

图表 4：人民币历年存贷款利率变化情况 13

图表 5：2011年人民币对美元汇率变化 14

图表 5：2005-2014年人民币平均汇率兑换美元统计 14

图表 6：2006-2014年我国总人口数及增长率统计 16



图表 7：2006-2014年中国城乡人口结构变化趋势图	16
图表 8：2005-2014年我国人口数量及构成情况	17
图表 9：2006-2014年农村居民纯收入及增长速度	18
图表 10：2006-2014年城镇居民人均可支配收入及其增长速度	19
图表 11：蓝牙耳机产业链示意图	23
图表 12：2005-2014年中国蓝牙耳机产量	28
图表 13：2011-2019年中国蓝牙耳机产量预测	29
图表 14：2005-2014年中国蓝牙耳机消费量	29
图表 15：2005-2014年3月中国蓝牙耳机进出口量与进出口金额整体情况	30
图表 16：2008-2014年3月中国蓝牙耳机出口量走势	30
图表 17：2008-2014年3月中国蓝牙耳机出口金额走势	31
图表 18：2014年1-3月中国蓝牙耳机出口国别统计	31
图表 19：2008-2014年3月中国蓝牙耳机进口量走势	34
图表 20：2008-2014年3月中国蓝牙耳机进口金额走势	34
图表 21：2014年1-3月中国蓝牙耳机进口国别统计	35
图表 22：2008-2014年3月中国蓝牙耳机进出口价格对比	36
图表 23：2005-2019年东北蓝牙耳机市场规模及走势预测	37
图表 24：2005-2019年华北蓝牙耳机市场规模及走势预测	37
图表 25：2005-2019年华东蓝牙耳机市场规模及走势预测	38
图表 26：2005-2019年华中蓝牙耳机市场规模及走势预测	38
图表 27：2005-2019年华南蓝牙耳机市场规模及走势预测	39
图表 28：2005-2019年西部蓝牙耳机市场规模及走势预测	40
图表 29：我国蓝牙耳机市场品牌竞争核心要素情况	42
图表 30：2014年中国蓝牙耳机市场主要品牌竞争格局	44
图表 31：诺基亚LOGO及蓝牙耳机图片	50
图表 32：诺基亚公司基本信息	50
图表 33: 2005-2014年诺基亚公司销售额状况统计	51
图表 34：诺基亚在中国的主要发展历史回顾	52
图表 35：诺基亚品牌良性循环图	53
图表 36：诺基亚产品演化路	54
图表 37：诺基亚专业化策略运营图	55
图表 38：专业化策略的运营实现成本领先与差异化	57

图表 39：索尼爱立信LOGO 57

图表 40：索尼爱立信基本资料 58

图表 41: 2005-2014年索爱公司销售额状况统计 58

图表 42：摩托罗拉LOGO 61

图表 43：摩托罗拉基本资料 62

图表 44: 2005-2014年摩托罗拉公司销售额状况统计 62

图表 45：摩托罗拉手机的品牌现状 63

图表 46：三星LOGO 66

图表 47：三星基本资料 66

图表 48：港陆创科LOGO 68

图表 49：港陆创科有限公司基本资料 68

图表 50：2005-2014年港陆创科公司生产部分产品介绍 69

图表 51：Jabra（丹麦捷波朗）LOGO 71

图表 52：2005-2014年捷波朗产品研发状况 71

图表 53：微星科技LOGO 73

图表 54：歌尔声学公司LOGO 76

图表 55：2006-2014年哥尔公司销售额状况统计 76

图表 56:2005-2014年歌尔声学品牌市场业绩 76

图表 57：缤特力LOGO 78

图表 58：中电蓝牙LOGO和耳机图片 80

图表 59：2011年蓝牙耳机十大品牌排行榜 80

图表 60：中电蓝牙腰挂便携式蓝牙耳机 82

图表 61：中国蓝牙耳机市场品牌SWOT表 84

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/251362.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。