



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。