



艾凯咨询
ICAN Consulting

2016-2022年中国专业音响灯光 市场需求及投资前景分析报告

一、调研说明

《2016-2022年中国专业音响灯光市场需求及投资前景分析报告》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/272346.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

音响是指除了人的语言、音乐之外的其他声响，包括自然环境的声响、动物的声音、机器工具的音响、人的动作发出的各种声音等。音响大概包括功放、周边设备（包括压限器、效果器、均衡器、VCD、DVD等）、扬声器（音箱、喇叭）调音台、麦克风、显示设备等等加起来一套。据统计，经过多年的发展，2011年我国专业音响灯光行业的市场规模已经超过365亿元，增长率在11%以上。

我国专业音响灯光行业正处于成长期向成熟期过渡阶段，市场竞争激烈，但国内企业经过多年的发展已经迅速成长起来，一批成立较早、发展较快的国内企业，已经逐渐成为国内专业音响灯光市场的主角。据统计，经过多年的发展，2011年我国专业音响灯光行业的市场规模已经超过365亿元，增长率在11%以上。

当今，我国专业音响灯光行业的发展已经达到一定的标准，呈现出以下特点：1、生产企业数量基本稳定，品牌化程度越来越高；2、产品的价格逐渐透明，行业利润率趋于下降；3、竞争手段走向多样化；4、渠道商能力提升迅速，渠道发展进一步完善；5、用户使用水平有待提高。

与此同时，我国专业音响灯光行业在发展过程中也碰到了一些问题。一些厂家甚至直接把这性能不好的内置外放喇叭取消掉而生产没有外放的播放器，行业利润因“价格战”被拉低。众所周知，中国是制造业大国，OEM现象在专业音响灯光行业普遍存在。中国的廉价劳动力让这些OEM代工企业赚足了“相对优势”带来的暴利，习惯了代工就会对提高技术失去激情，更难以坚定专业生产产品的信心，随之而来的就是遍地的“山寨”产品和鱼目混杂的市场，专业做音响设备的企业丧失了质量优势，行业整体利润因“价格战”被拉低。其次，缺乏行业标准引导良性竞争。行业协会出现“缺位”使得整个行业处于方向不明确的状态。行业协会应转变职能，加强服务意识，并呼吁和引导政府部门在国家级的重大项目上选用国产专业音响灯光设备。而专家学者应积极到国产专业音响企业进行技术辅导和技术攻关，引导国产专业音响企业去认识、发展专业音响产品。

细分市场定位及品牌战略将成为行业发展趋势。从行业内细化来说，前几年国内专业音响商所经营的产品就是大杂烩，一家公司经营着各种不同类型的产品，难免会出现力不从心的局面。而当今市场划分得越来越细致，主要涉及范围包括娱乐、会议、音响功放以及周边设备。面对这样一种市场状况，一个企业想要做得好，就必须在市场细化中找到适合自己公司的发展路线，拟定策略，争求更大的市场份额。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市

场调研数据，企业数据主要来自于国家统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第1章：中国专业音响灯光行业综述13

1.1专业音响灯光行业定义及分类13

1.1.1行业概念及定义13

1.1.2行业主要产品大类13

1.2专业音响灯光行业政策环境分析13

1.2.1行业管理体制13

1.2.2行业相关政策及法规14

1.2.3行业发展规划16

1.3专业音响灯光行业经济环境分析17

1.3.1国际宏观经济环境17

(1) 美国高失业率及高赤字压力下经济"慢增长"17

(2) 欧债危机波澜难息，欧洲国家将步入"衰退"18

1.3.2国内宏观经济环境20

(1) 国家GDP增长分析20

(2) 国家工业增加值增长分析21

(3) 国家固定资产投资增长分析22

1.3.3行业宏观经济环境29

1.4专业音响灯光行业技术环境分析30

1.4.1专业音响灯光工程相关技术概述30

(1) 专业音响灯光工程的施工特点30

(2) 专业音响灯光工程相关标准30

1.4.2专业音响灯光工程设计要素31

(1) 工程的总体设计规划31

(2) 声场的设计要点31

(3) 灯光的设计要点31

1.5专业音响灯光行业产业链分析33

1.5.1专业音响灯光行业上游产业链分析33

(1) 模拟器件市场现状及趋势33

(2) 电容器市场现状及趋势34

- (3) 连接器市场现状及趋势35
- (4) 石英晶体元器件市场现状及趋势37
- (5) 滤波器市场现状及趋势38
- (6) 逻辑器件市场现状及趋势38
- (7) 存储器市场现状及趋势39
- (8) PCB市场现状及趋势40
- (9) 电阻市场现状及趋势42
- (10) 晶体管市场现状及趋势43
- (11) 玻璃市场现状及趋势44

1.5.2专业音响灯光行业下游应用市场分析45

- (1) 政府工程建设情况及应用需求分析45
- (2) 体育场馆建设情况及应用需求分析45
- (3) 影剧院建设情况及应用需求分析49
- (4) KTV建设情况及应用需求分析50
- (5) 迪厅建设情况及应用需求分析51
- (6) 电视台建设情况及应用需求分析51
- (7) 会所俱乐部建设情况及应用需求分析52

第2章：全球专业音响灯光行业发展现状及趋势分析53

2.1全球专业音响灯光行业发展现状分析53

- 2.1.1全球专业音响灯光行业特点分析53
- 2.1.2全球专业音响灯光行业市场动态分析54

2.2全球主要音响灯光品牌在华发展状况55

2.2.1美国主要音响灯光生产企业分析55

- (1) JBL55
 - 1) JBL公司简介55
 - 2) JBL核心竞争力56
 - 3) JBL在中国的发展策略56
- (2) BOSE56
 - 1) BOSE公司简介56
 - 2) BOSE核心竞争力57
 - 3) BOSE在中国的发展策略57

- (3) 杰士57

- 1) 杰士公司简介57
- 2) 杰士核心竞争力58
- 3) 杰士在中国的发展策略58
- 2.2.2英国主要音响灯光生产企业分析58
 - (1) MARTIN58
 - 1) MARTIN公司简介58
 - 2) MARTIN核心竞争力58
 - 3) MARTIN在中国的发展策略59
 - (2) B&W59
 - 1) B&W公司简介59
 - 2) B&W核心竞争力59
 - 3) B&W在中国的发展策略59
- 2.2.3其他国家音响灯光生产企业分析60
 - (1) YAMAHA60
 - 1) YAMAHA公司简介60
 - 2) YAMAHA核心竞争力60
 - 3) YAMAHA在中国的发展策略60
 - (2) AVANCE61
 - 1) AVANCE公司简介61
 - 2) AVANCE核心竞争力61
 - 3) AVANCE在中国的发展策略61
- 2.3全球专业音响灯光行业发展趋势61
 - 2.3.1全球专业音响灯光行业产品趋势61
 - 2.3.2全球专业音响灯光行业设计趋势62
- 第3章：中国专业音响灯光行业发展现状及趋势分析63
 - 3.1中国专业音响灯光行业发展现状分析63
 - 3.1.1中国专业音响灯光行业发展概况63
 - 3.1.2中国专业音响灯光行业发展特点64
 - 3.1.3中国专业音响灯光行业市场规模65
 - 3.1.4中国专业音响灯光行业SWOT分析65
 - (1) 专业音响灯光行业优势 (Strengths) 分析65
 - (2) 专业音响灯光行业劣势 (Weaknesses) 分析66

(3) 专业音响灯光行业机会 (Opportunities) 分析66

(4) 专业音响灯光行业威胁 (Threats) 分析67

3.2中国专业音响灯光行业贸易现状分析67

3.2.1行业贸易环境分析67

(1) 行业贸易环境现状分析67

(2) 行业贸易发展趋势分析69

(3) 企业规避贸易风险的策略70

3.2.2专业音响灯光行业出口市场分析73

(1) 行业出口整体情况73

(2) 2009-2014年行业出口市场分析74

1) 行业出口整体情况74

2) 行业出口产品结构特征分析75

3) 2015年行业出口市场分析77

1、行业出口整体状况77

2、行业出口产品结构特征分析77

3.2.3专业音响灯光行业进口市场分析79

(1) 行业进口市场总体状况分析79

(2) 2009-2014年行业进口市场分析80

1) 行业进口整体情况80

2) 行业进口产品结构特征分析80

3) 2015年行业进口市场分析82

1、行业进口整体状况82

2、行业进口产品结构特征分析83

3.2.4专业音响灯光行业进出口前景及建议84

(1) 专业音响灯光行业出口前景及建议84

(2) 专业音响灯光行业进口前景及建议85

3.3中国专业音响灯光行业细分市场现状及趋势分析86

3.3.1专业音响市场分析86

(1) 专业音响市场规模86

(2) 专业音响市场结构89

(3) 专业音响技术水平90

(4) 专业音响竞争分析91

(5) 专业音响发展趋势91
3.3.2舞台灯光市场分析92
(1) 舞台灯光市场规模92
(2) 舞台灯光市场结构93
(3) 舞台灯光技术水平93
(4) 舞台灯光竞争分析94
(5) 舞台灯光发展趋势95
3.4中国专业音响灯光市场营销模式及趋势分析97
3.4.1专业音响灯光行业营销模式分析97
(1) 代理及经销营销模式97
(2) 工程销售营销模式97
(3) 协同销售模式98
3.4.2专业音响灯光三种营销模式比较分析98
3.4.3专业音响灯光行业营销趋势分析98
(1) 专业音响灯光营销渠道发展趋势98
(2) 专业音响灯光营销模式发展趋势98
3.5中国专业音响灯光行业发展趋势分析98
3.5.1中国专业音响灯光行业市场结构趋势98
3.5.2中国专业音响灯光行业应用趋势99
3.5.3中国专业音响灯光行业技术趋势99
3.5.4中国专业音响灯光行业产品趋势100
3.5.5中国专业音响灯光行业服务趋势100
第4章：专业音响灯光租赁市场经营模式及趋势分析101
4.1专业音响灯光行业租赁市场发展现状及趋势101
4.1.1专业音响灯光行业租赁市场概述101
4.1.2专业音响灯光行业租赁市场特点101
4.1.3专业音响灯光行业租赁市场规模101
4.1.4制约专业音响灯光行业租赁市场发展的因素102
4.1.5中国专业音响灯光行业租赁市场发展趋势104
4.2专业音响灯光行业租赁市场盈利模式与定价体系104
4.2.1租金定价原理及其构成方式分析104
4.2.2专业音响灯光行业租赁市场盈利模式106

- (1) 经营租赁盈利模式分析106
- (2) 融资租赁盈利模式分析106
- 1) 债券收益106
- 2) 余值收益106
- 3) 服务收益107
- 4) 运营收益107
- 4.2.3专业音响灯光行业租赁定价体系108
 - (1) 租赁标的定价体系108
 - (2) 租赁营销定价体系108
- 4.3专业音响灯光行业租赁市场风险控制109
 - 4.3.1专业音响灯光行业租赁市场风险分类109
 - 4.3.2专业音响灯光行业租赁市场风险控制目标111
 - 4.3.3专业音响灯光行业租赁市场风险处理方法111
- 第5章：专业音响灯光行业主要应用市场现状及前景分析114
 - 5.1政府系统中的应用现状及前景114
 - 5.1.1政府系统专业音响灯光应用现状114
 - 5.1.2政府系统专业音响灯光应用前景114
 - 5.2体育场馆中的应用现状及前景115
 - 5.2.1体育场馆专业音响灯光应用现状115
 - 5.2.2体育场馆专业音响灯光应用前景115
 - 5.3影剧院中的应用现状及前景116
 - 5.3.1影剧院专业音响灯光应用现状116
 - 5.3.2影剧院专业音响灯光应用前景117
 - 5.4户外演出中的应用现状及前景118
 - 5.4.1户外演出专业音响灯光应用现状118
 - 5.4.2户外演出专业音响灯光应用前景119
 - 5.5公共广播中的应用现状及前景119
 - 5.5.1公共广播专业音响应用现状119
 - 5.5.2公共广播专业音响应用前景120
 - 5.6电视台中的应用现状及前景121
 - 5.6.1电视台专业音响灯光应用现状121
 - 5.6.2电视台专业音响灯光应用前景122

5.7KTV中的应用现状及前景	122
5.7.1KTV专业音响灯光应用现状	122
5.7.2KTV专业音响灯光应用前景	124
5.8迪厅中的应用现状及前景	124
5.8.1迪厅专业灯光设计要求及趋势	124
5.8.2迪厅专业音响灯光应用前景	125
5.9会所俱乐部中的应用现状及前景	125
5.9.1会所俱乐部专业音响灯光应用现状	125
5.9.2会所俱乐部专业音响灯光应用前景	126
第6章：中国专业音响灯光行业产品市场需求与趋势分析	127
6.1中国专业音响灯光产品市场结构分析	127
6.1.1专业音响灯光行业市场产品结构	127
6.1.2专业音响灯光行业市场用户结构	127
6.1.3专业音响灯光行业市场区域结构	127
6.2中国专业音响灯光产品市场现状及趋势分析	127
6.2.1专业音箱市场分析	127
(1) 产品市场发展情况	127
(2) 产品市场竞争分析	128
(3) 产品市场发展趋势	129
6.2.2公共广播系统市场分析	130
(1) 市场总体概况	130
(2) 市场技术分析	130
(3) 市场竞争格局	131
(4) 产品应用领域分析	131
(5) 产品市场发展趋势	131
6.2.3舞台灯光市场分析	132
(1) 产品市场发展情况	132
(2) 产品市场竞争分析	133
(3) 产品市场发展趋势	133
6.2.4麦克风市场分析	133
(1) 产品市场发展情况	133
(2) 产品市场竞争分析	134

(3) 产品市场发展趋势135

6.2.5 音响配件市场分析135

(1) 产品市场发展情况135

(2) 产品市场竞争分析135

(3) 产品市场发展趋势135

6.2.6 会议系统市场分析136

(1) 产品市场发展现状136

(2) 产品市场发展趋势137

(3) 视频会议系统分析138

6.2.7 专业功放市场分析141

(1) 产品市场发展情况141

(2) 产品市场竞争分析141

(3) 产品市场发展趋势142

6.2.8 调音台市场分析143

(1) 产品市场发展情况143

(2) 产品市场竞争分析143

(3) 产品市场发展趋势143

6.2.9 周边设备市场分析144

(1) 产品市场发展情况144

(2) 产品市场竞争分析149

(3) 产品市场发展趋势149

第7章：中国专业音响灯光行业领先企业分析150

7.1 中国专业音响灯光领先企业经营状况分析150

7.1.1 深圳市漫步者科技股份有限公司经营情况分析150

(1) 企业发展简况分析150

(2) 主要经济指标分析151

(3) 企业盈利能力分析152

(4) 企业运营能力分析153

(5) 企业偿债能力分析154

(6) 企业发展能力分析155

(7) 企业组织架构分析155

(8) 企业经营模式分析157

(9) 企业产品结构及新产品动向159

(10) 企业销售渠道与网络161

(11) 企业经营状况优劣势分析162

(12) 企业投资兼并与重组分析163

(13) 企业最新发展动向分析164

7.1.2国光电器股份有限公司经营情况分析164

(1) 企业发展简况分析164

(2) 主要经济指标分析165

(3) 企业盈利能力分析166

(4) 企业运营能力分析167

(5) 企业偿债能力分析167

(6) 企业发展能力分析168

(7) 企业组织架构分析169

(8) 企业产品结构及新产品动向171

(9) 企业销售渠道与网络172

(10) 企业经营状况优劣势分析173

(11) 企业投资兼并与重组分析174

(12) 企业最新发展动向分析174

7.1.3广州飞达音响专业器材有限公司经营情况分析174

(1) 企业发展简况分析174

(2) 企业产销能力分析175

(3) 企业盈利能力分析175

(4) 企业运营能力分析176

(5) 企业偿债能力分析176

(6) 企业发展能力分析177

(7) 企业产品结构及新产品动向177

(8) 企业销售渠道与网络178

(9) 企业工程案例分析178

(10) 企业经营优势与劣势分析178

(11) 企业最新发展动向分析179

7.1.4美加科技(中山)有限公司经营情况分析179

(1) 企业发展简况分析179

- (2) 企业产销能力分析179
- (3) 企业盈利能力分析180
- (4) 企业运营能力分析180
- (5) 企业偿债能力分析181
- (6) 企业发展能力分析181
- (7) 企业产品结构及新产品动向182
- (8) 企业销售渠道与网络182
- (9) 企业工程案例分析182
- (10) 企业经营优势与劣势分析182

7.1.5先歌国际影音股份有限公司经营情况分析183

- (1) 企业发展简况分析183
- (2) 企业产销能力分析183
- (3) 企业盈利能力分析183
- (4) 企业运营能力分析184
- (5) 企业偿债能力分析185
- (6) 企业发展能力分析185
- (7) 企业产品结构及新产品动向186
- (8) 企业销售渠道与网络186
- (9) 企业经营优势与劣势分析186

⋯⋯另有15家企业分析。

7.2中国专业音响灯光租赁和工程企业经营状况分析218

7.2.1浙江大丰实业有限公司经营情况分析218

- (1) 企业发展简况分析218
- (2) 企业产销能力分析219
- (3) 企业盈利能力分析219
- (4) 企业运营能力分析220
- (5) 企业偿债能力分析220
- (6) 企业发展能力分析221
- (7) 企业产品结构及新产品动向221
- (8) 企业销售渠道与网络221
- (9) 企业工程案例分析222
- (10) 企业经营状况优劣势分析222

(11) 企业最新发展动向分析222

7.2.2浙江浙大安达科技有限公司经营情况分析223

(1) 企业发展简况分析223

(2) 企业产品结构及新产品动向223

(3) 企业销售渠道与网络223

(4) 企业工程案例分析223

(5) 企业经营优势与劣势分析224

(6) 企业最新发展动向分析224

7.2.3川中电工程技术开发有限公司经营情况分析225

(1) 企业发展简况分析225

(2) 企业产品结构及新产品动向225

(3) 企业销售渠道与网络225

(4) 企业工程案例分析225

(5) 企业经营优势与劣势分析226

⋯⋯;另有7家企业分析。

第8章：中国专业音响灯光行业投融资分析及前景预测237

8.1专业音响灯光行业投资特性分析237

8.1.1专业音响灯光行业进入壁垒分析237

8.1.2专业音响灯光行业盈利模式分析238

8.1.3专业音响灯光行业盈利因素分析239

8.2专业音响灯光行业投资风险分析239

8.2.1专业音响灯光行业政策风险分析239

8.2.2专业音响灯光行业技术风险分析239

8.2.3专业音响灯光行业竞争风险240

8.2.4专业音响灯光行业其他风险分析240

8.3专业音响灯光行业投资现状及前景预测241

8.3.1专业音响灯光行业投资现状分析241

8.3.2专业音响灯光行业投资前景预测241

8.4专业音响灯光行业投资建议243

8.4.1专业音响灯光行业投资存在的问题243

8.4.2专业音响灯光行业主要投资建议244

图表目录:

- 图表1：1971-2014年美国失业率及产能利用率情况（单位：%）17
- 图表2：2009-2014年美国经济数据及预测（单位：%）18
- 图表3：2009/2014年德法及欧债五国公共债务占GDP的比重（单位：%）19
- 图表4：2003-2015年德法及欧债五国失业率情况（单位：%）19
- 图表5：2009-2014年欧洲经济数据及预测（单位：%）20
- 图表6：2009-2014年我国GDP同比增速走势及预测（单位：%）21
- 图表7：2010-2014年我国GDP贡献率及预测（单位：%）21
- 图表8：2011-2014年规模以上工业增加值增速走势及预测（单位：%）22
- 图表9：2000-2015年国内生产总值走势（单位：亿元，%）22
- 图表10：2011.01-2015.9我国CPI涨跌幅情况（单位：%）23
- 图表11：2001-2014年我国CPI、PPI走势及预测（单位：%）24
- 图表12：2007-2015年我国存款准备金率历次调整情况（单位：%）25
- 图表13：2015年以来我国存款准备金率调整情况（单位：%）25
- 图表14：2002年以来我国利率历次调整情况（单位：%）26
- 图表15：2015年以来我国利率调整情况（单位：%）27
- 图表16：2015年中国固定资产投资（不含农户）增速（单位：%）28
- 图表17：2015年中国固定资产投资资金来源增速（单位：%）28
- 图表18：2015年中国东、中、滋补地区固定资产投资增速（单位：%）28
- 图表19：2010-2014年我国固定资产投资情况及预测（单位：亿元，%）29
- 图表20：2012-2015年中国连接器制造行业销售收入预测（单位：万元）36
- 图表21：2012-2015年中国连接器制造行业利润总额预测（单位：万元）36
- 图表22：2015年中国印制电路板制造行业企业地区分布图（单位：%）41
- 图表23：2015年中国印制电路板制造行业销售收入的区域构成情况（单位：%）41
- 图表24：各区域体育场地的数量和场地面积（单位：个，平方米）46
- 图表25：各区域体育场地的隶属关系分布（单位：%）47
- 图表26：各区域体育场地的系统分布（单位：%）47
- 图表27：各区域体育场地的场所分布（单位：%）48
- 图表28：1994-2014年全国电视台数量统计（单位：座）51
- 图表29：2006-2015年中国专业音响灯光行业市场规模及增速（单位：亿元，%）65
- 图表30：1997-2014年我国进出口增速情况及预测（单位：%）69
- 图表31：2006-2014年我国贸易顺差走势及预测（单位：亿美元）70
- 图表32：2009-2015年中国专业音响灯光行业出口状况图（单位：万美元）74

- 图表33：2009-2014年专业音响灯光行业产品出口月度金额走势图（单位：万美元）74
- 图表34：2009-2014年中国专业音响灯光行业出口产品（单位：万台，万个，万套，万美元）75
- 图表35：2009/2014年专业音响灯光行业出口产品结构对比（单位：%）76
- 图表36：2015年专业音响灯光行业产品出口月度金额走势图（单位：万美元）77
- 图表37：2015年中国专业音响灯光行业出口产品（单位：万台，万个，万套，万美元）78
- 图表38：2015年专业音响灯光行业出口产品结构（单位：%）78
- 图表39：2009-2015年中国专业音响灯光行业进口状况图（单位：万美元）79
- 图表40：2009-2014年专业音响灯光行业产品进口月度金额走势图（单位：万美元）80
- 图表41：2009-2014年中国专业音响灯光行业进口产品（单位：万个，万台，万套，万美元）81
- 图表42：2009/2014年专业音响灯光行业进口产品结构对比（单位：%）82
- 图表43：2015年专业音响灯光行业产品进口月度金额走势图（单位：万美元）82
- 图表44：2015年中国专业音响灯光行业进口产品（单位：万个，万台，万套，万美元）83
- 图表45：2015年专业音响灯光行业进口产品结构（单位：%）84
- 图表46：2008-2015年中国专业音响市场规模及预测（单位：亿元）86
- 图表47：2006-2015年中国专业音响灯光行业租赁市场规模（单位：亿元）101
- 图表48：2002-2014年中国内地院线规模一览（单位：条，座，块）117
- 图表49：深圳市漫步者科技股份有限公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图150
- 图表50：2008-2015年10月30日深圳市漫步者科技股份有限公司产销能力分析（单位：万元）152
- 图表51：2014年深圳市漫步者科技股份有限公司主营业务分地区情况表（单位：万元，%）152
- 图表52：2008-2015年10月30日深圳市漫步者科技股份有限公司盈利能力分析（单位：%）153
- 图表53：2014年深圳市漫步者科技股份有限公司主营业务分产品情况表（单位：万元，%）153
- 图表54：2008-2015年10月30日深圳市漫步者科技股份有限公司运营能力分析（单位：次）154
- 图表55：2008-2015年10月30日深圳市漫步者科技股份有限公司偿债能力分析（单位：% ，倍）154
- 图表56：2008-2015年10月30日深圳市漫步者科技股份有限公司发展能力分析（单位：%）155
- 图表57：深圳市漫步者科技股份有限公司的组织架构图157
- 图表58：深圳市漫步者科技股份有限公司的采购流程图157

- 图表59：深圳市漫步者科技股份有限公司的销售体系图158
- 图表60：深圳市漫步者科技股份有限公司产品体系图160
- 图表61：2014年深圳市漫步者科技股份有限公司的产品结构（单位：%）161
- 图表62：2014年深圳市漫步者科技股份有限公司产品销售区域分布（单位：%）162
- 图表63：深圳市漫步者科技股份有限公司优势与劣势分析162
- 图表64：国光电器股份有限公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图164
- 图表65：2008-2015年10月30日国光电器股份有限公司主要经济指标分析（单位：万元）165
- 图表66：2014年国光电器股份有限公司主营业务分地区情况表（单位：万元，%）165
- 图表67：2008-2015年10月30日国光电器股份有限公司盈利能力分析（单位：%）166
- 图表68：2014年国光电器股份有限公司主营业务分产品情况表（单位：万元，%）166
- 图表69：2008-2015年10月30日国光电器股份有限公司运营能力分析（单位：次）167
- 图表70：2008-2015年10月30日国光电器股份有限公司偿债能力分析（单位：% ，倍）168

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/272346.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。