



艾凯咨询
ICAN Consulting

2016-2022年中国多媒体音箱市场分析及投资策略研究报告

一、调研说明

《2016-2022年中国多媒体音箱市场分析及投资策略研究报告》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/278850.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

多媒体音箱，也就是通常所称的"电脑音箱"。较传统音箱相比拥有小体积，易操作的特点。能够满足普通消费者的多媒体应用需求。

从主流音箱厂商的分布来看，可将其划分为南北两大"阵营"，加上国外品牌，呈现"三足鼎立"之势。北方阵营以北京为中心，集合有爱德发（音箱品牌漫步者、声迈）、中北高科（轻骑兵）、冲击波、华旗资讯（爱国者）、国立等精兵强将。南方阵营则以广东的珠海、深圳、广州、东莞、惠州等为基地，加上上海等地的少数厂家，旗下拥有珠海的惠威、深圳的三诺、麦博、多彩、大极典，广州的兰欣、朗度、世代，东莞的雅兰仕、金河田，惠州的纳伟仕，以及上海的鸿聚（鸿禧）、咏馨（JS-佳仕）、新捷超（DIBA-迪霸）等众多"兵马"。

此外，以执国际多媒体牛耳的新加坡创新公司为首的"海外兵团"，则聚拢了美国的JBL、罗技、优派（ViewSonic），日本的YAMAHA、NEC、先锋以及荷兰的飞利浦，德国的Terratec（坦克）等国际知名多媒体厂商。他们正以其强大的研发能力、先进的多媒体技术和高性能的产品称雄一时，冲击和影响着国内的多媒体音箱市场。述厂商中除了老牌的创新、漫步者、雅兰仕、轻骑兵、冲击波、麦博、三诺等专业厂家外，也有不少像惠威、JBL等传统Hi-Fi厂家和一些传统的电脑外设厂家，使得原已激烈的竞争更加白热化。但从市场占有率来看，物美价廉、性能不俗的国产品牌音箱仍处于领先地位。

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：

第一章 多媒体音箱行业概述

第一节 多媒体音箱行业概述

一、多媒体音箱行业定义

二、多媒体音箱行业产品分类

三、多媒体音箱行业产品特性

第二节 多媒体音箱行业属性及国民经济地位分析

一、国民经济依赖性

二、经济类型属性

三、行业周期属性

四、多媒体音箱行业国民经济地位分析

第二章 2013-2015年中国多媒体音箱行业产业经济发展环境分析

第一节 2013-2015年中国多媒体音箱行业产业经济运行环境分析

- 一、2015年国内生产总值
- 二、2015年全国居民消费价格总水平
- 三、2008-2015年全国居民收入情况分析
- 四、2015年我国居民收入基尼系数
- 五、2015年全国固定资产投资（不含农户）
- 六、2015年社会消费品零售总额
- 七、2015年我国外贸进出口总值

第二节 2013-2015年中国多媒体音箱行业产业政策环境分析

- 一、多媒体音箱行业及相关政策
- 二、相关产业政策影响分析
- 三、相关行业十二五发展规划

第三节 2013-2015年中国多媒体音箱行业产业社会环境分析

- 一、2013-2015年我国人口结构分析
- 二、2013-2015年教育环境分析
- 三、2013-2015年文化环境分析
- 四、2013-2015年生态环境分析
- 五、2013-2015年中国城镇化率分析

第四节 2013-2015年中国多媒体音箱行业产业技术环境分析

第三章 2013-2015年世界多媒体音箱产业发展态势分析

第一节 2013-2015年世界多媒体音箱产业发展现状

- 一、世界多媒体音箱产业发展现状分析
- 二、世界多媒体音箱产业规模分析

第二节 2013-2015年世界多媒体音箱重点市场运行透析

- 一、美国多媒体音箱市场发展分析
- 二、日本多媒体音箱市场发展分析
- 三、欧洲国家多媒体音箱市场发展解析

第三节 2016-2022年世界多媒体音箱产业发展趋势分析

第四章 2013-2015年中国多媒体音箱行业发展态势剖析

第一节 2013-2015年中国多媒体音箱行业发展现状

- 一、中国多媒体音箱产业发展现状分析

二、中国多媒体音箱核心技术有待提高

三、中国多媒体音箱分销市场发展分析

四、中国多媒体音箱产业市场规模

五、中国多媒体音箱行业供给情况分析

第二节 2013-2015年中国多媒体音箱市场分析

一、多媒体音箱行业发展回顾回顾

二、其它行业对其影响分析

三、中国多媒体音箱行业发展热点

四、中国多媒体音箱行业发展动态解析

第五章 2011-2015年我国多媒体音箱行业发展情况分析

第一节 多媒体音箱所属行业规模情况分析

一、行业单位规模情况分析

二、行业资产规模状况分析

三、行业收入规模状况分析

四、行业利润规模状况分析

第二节 多媒体音箱所属行业结构和成本分析

一、销售收入结构分析

1、不同类型分析

2、不同所有制分析

二、成本和费用分析

第三节 多媒体音箱所属行业财务能力分析

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

四、行业发展能力分析

第六章 2013-2015年中国多媒体音箱产品进出口分析

第一节 2013-2015年多媒体音箱产品进口分析

一、2013-2015年多媒体音箱产品进口总额

二、2013-2015年多媒体音箱产品进口总量

三、2013-2015年多媒体音箱产品进口价格走势

四、2013-2015年多媒体音箱产品进口国家

第二节 2013-2015年多媒体音箱产品出口分析

一、2013-2015年多媒体音箱产品出口总额

二、2013-2015年多媒体音箱产品出口总量

三、2013-2015年多媒体音箱产品出口价格走势

四、2013-2015年多媒体音箱产品出口国家

第七章 2013-2015年中国多媒体音箱行业市场竞争格局分析

第一节 2013-2015年中国多媒体音箱行业市场区域格局分析

一、生产区域竞争力分析

二、市场销售集中分布

三、国内企业与国外企业相对竞争力

第二节 2013-2015年中国多媒体音箱行业市场集中度分析

一、行业集中度分析

二、企业集中度分析

第三节 2013-2015年中国多媒体音箱行业竞争结构分析

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第四节 2013-2015年中国多媒体音箱行业国际竞争力比较

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第五节 2013-2015年中国多媒体音箱市场竞争分析

一、出口转内销对企业竞争影响

二、本土电子企业面临压力分析

第八章 2013-2015年中国多媒体音箱行业区域市场分析

第一节 2013-2015年中国多媒体音箱行业区域市场结构分析

第二节 2013-2015年中国多媒体音箱行业区域市场发展情况分析

一、华北地区

二、东北地区

三、华东地区

四、中南地区

五、西南地区

六、西北地区

第九章 2013-2015年多媒体音箱行业产业链状况分析

第一节 2013-2015年多媒体音箱行业产业链模型分析

一、产业链模型介绍

二、多媒体音箱行业产业链模型分析

第二节 2013-2015年多媒体音箱行业主要原材料及发展概况

一、多媒体音箱行业主要原材料及发展概况

二、多媒体音箱行业主要原材料2013-2015年价格及供应情况

三、2016-2022年多媒体音箱行业原材料未来价格及供应情况预测

第三节 2013-2015年多媒体音箱行业消费者调查情况分析

一、中国多媒体音箱市场品牌关注度比例

二、中国多媒体音箱市场品牌热门情况

三、价格敏感程度

四、品牌的影响

五、广告的影响程度

六、包装的影响程度

第十章 2013-2015年中国多媒体音箱主要生产企业关键性数据分析

第一节 深圳市漫步者科技股份有限公司

一、企业简介（成立时间、主要产品介绍）

二、企业资产/收入/利润总额分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

七、企业主要优势分析

第二节 深圳麦博电器有限公司

一、企业简介（成立时间、主要产品介绍）

二、企业资产/收入/利润总额分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

七、企业主要优势分析

第三节 珠海惠威科技有限公司

一、企业简介（成立时间、主要产品介绍）

二、企业资产/收入/利润总额分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

七、企业主要优势分析

第四节 罗技（中国）科技有限公司

一、企业简介（成立时间、主要产品介绍）

二、企业资产/收入/利润总额分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

七、企业主要优势分析

第五节 雅马哈乐器音响(中国)投资有限公司

一、企业简介（成立时间、主要产品介绍）

二、企业资产/收入/利润总额分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

七、企业主要优势分析

第十一章 2016-2022年中国多媒体音箱产业发展趋势预测分析

第一节 2016-2022年中国多媒体音箱产业趋势分析

一、多媒体音箱技术研发方向分析

二、多媒体音箱产业发展走势预测分析

第二节 2016-2022年中国多媒体音箱产业未来市场预测分析

一、2016-2022年中国多媒体音箱产业发展潜力

二、2016-2022年中国多媒体音箱产业前景预测

三、2016-2022年中国多媒体音箱产业细分市场预测

第十二章 2016-2022年中国多媒体音箱行业投资机会与风险分析

第一节 2016-2022年中国多媒体音箱行业投资机会分析

一、行业活力系数比较及分析

二、行业投资收益率比较及分析

三、多媒体音箱行业投资效益分析

第二节 2016-2022年中国多媒体音箱行业投资风险分析

一、多媒体音箱行业政策风险

二、多媒体音箱行业技术风险

三、多媒体音箱同业竞争风险

四、多媒体音箱行业其他风险

第十三章 2016-2022年中国多媒体音箱行业投资战略研究

第一节 2016-2022年中国多媒体音箱行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第二节 对我国多媒体音箱品牌的战略思考

一、企业品牌的重要性

二、多媒体音箱实施品牌战略的意义

三、多媒体音箱企业品牌的现状分析

第三节 2016-2022年中国多媒体音箱行业细分行业投资战略

第十四章 2016-2022年中国多媒体音箱行业投资建议分析（AK WZY）

第一节 2016-2022年中国多媒体音箱企业的标杆管理

一、国内企业的经验借鉴

二、国外企业的经验借鉴

第二节2016-2022年中国多媒体音箱企业的资本运作模式

一、企业国内资本市场的运作建议

二、企业海外资本市场的运作建议

第三节2016-2022年中国多媒体音箱企业营销模式建议

一、企业的国内营销模式建议

二、多媒体音箱企业海外营销模式建议

图表目录：

图表：2009-2015年我国国内生产总值及增长速度分析

图表：2009-2015年全部工业增加值及其增长速度

图表：2015年主要工业产品产量及其增长速度

图表：2015年规模以上工业企业实现利润及其增长速度

图表：2009-2015年建筑业增加值及其增长速度

图表：2009-2015年粮食产量及其增长速度

图表：2009-2015年全社会固定资产投资及增长速度

图表：2015年分行业固定资产投资（不含农户）及其增长速度

图表：2009-2015年社会消费品零售总额及其实际增长速度

图表：2015年货物进出口总额及其增长速度

图表：2015年主要商品进口数量、金额及其增长速度

图表：2009-2015年全国货物进出口总额

图表：2015年末人口数及其构成

图表：2009-2015年我国人口数量变化图

图表：2009-2015年普通高等教育、中等职业教育及普通高中招生人数

图表：2009-2015年中国研究与试验发展（R&D）经费支出走势图

图表：2009-2015年中国广播和电视节目综合人口覆盖率走势图

图表：2009-2015年中国城镇化率走势图

图表：2013-2015年中国多媒体音箱所属行业资产变化情况分析

图表：2013-2015年中国多媒体音箱所属行业资产变化趋势图

图表：2013-2015年中国多媒体音箱所属行业数量总体情况分析

图表：2013-2015年中国多媒体音箱所属行业销售收入总体情况分析

图表：2013-2015年中国多媒体音箱所属行业销售收入总体变化趋势图

图表：2013-2015年中国多媒体音箱所属行业利润总额分总体情况分析

图表：2013-2015年中国多媒体音箱所属行业利润总额总体变化趋势图

图表：2013-2015年中国多媒体音箱所属行业盈利能力分析

图表：2013-2015年中国多媒体音箱所属行业运营能力分析

图表：2013-2015年中国多媒体音箱所属行业偿债能力分析

图表：2013-2015年中国多媒体音箱所属行业发展能力分析

图表：2013-2015年我国多媒体音箱产品进口数量分析

图表：2013-2015年我国多媒体音箱产品进口金额分析

图表：2013-2015年我国多媒体音箱产品出口数量分析

图表：2013-2015年我国多媒体音箱产品出口金额分析

图表：2013-2015年我国多媒体音箱产品出口价格分析

图表：2013-2015年我国多媒体音箱产品进口价格分析

图表：2013-2015年我国多媒体音箱产品进口来源分析

图表：2013-2015年我国多媒体音箱产品出口流向分析

图表：深圳市漫步者科技股份有限公司主要经济指标

图表：深圳市漫步者科技股份有限公司销售收入变化趋势图

图表：深圳市漫步者科技股份有限公司盈利指标分析

图表：深圳市漫步者科技股份有限公司盈利能力分析

图表：深圳市漫步者科技股份有限公司偿债能力分析

图表：深圳市漫步者科技股份有限公司经营能力分析

图表：深圳市漫步者科技股份有限公司成长能力分析

图表：深圳麦博电器有限公司主要经济指标

图表：深圳麦博电器有限公司销售收入变化趋势图

图表：深圳麦博电器有限公司盈利指标分析

图表：深圳麦博电器有限公司盈利能力分析

图表：深圳麦博电器有限公司偿债能力分析

图表：深圳麦博电器有限公司经营能力分析

图表：深圳麦博电器有限公司成长能力分析

图表：珠海惠威科技有限公司主要经济指标

图表：珠海惠威科技有限公司销售收入变化趋势图

图表：珠海惠威科技有限公司盈利指标分析

图表：珠海惠威科技有限公司盈利能力分析

图表：珠海惠威科技有限公司偿债能力分析

图表：珠海惠威科技有限公司经营能力分析

图表：珠海惠威科技有限公司成长能力分析

图表：罗技（中国）科技有限公司主要经济指标

图表：罗技（中国）科技有限公司销售收入变化趋势图

图表：罗技（中国）科技有限公司盈利指标分析

图表：罗技（中国）科技有限公司盈利能力分析

图表：罗技（中国）科技有限公司偿债能力分析

图表：罗技（中国）科技有限公司经营能力分析

图表：罗技（中国）科技有限公司成长能力分析

图表：雅马哈乐器音响(中国)投资有限公司主要经济指标

图表：雅马哈乐器音响(中国)投资有限公司销售收入变化趋势图

图表：雅马哈乐器音响(中国)投资有限公司盈利指标分析

图表：雅马哈乐器音响(中国)投资有限公司盈利能力分析

图表：雅马哈乐器音响(中国)投资有限公司偿债能力分析

图表：雅马哈乐器音响(中国)投资有限公司经营能力分析

图表：雅马哈乐器音响(中国)投资有限公司成长能力分析

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/278850.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。