



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2017-2022年中国车载影音系统 产业发展现状及市场监测报告

# 一、调研说明

《2017-2022年中国车载影音系统产业发展现状及市场监测报告》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/282064.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

车载主机是车载影音系统的核心部分，主要功能是播放音源，相当于家庭影院的影碟机。不过为了更适合汽车内空间狭小的特点，车载主机经常带有一定的功放能力，如果对扬声器要求不是太高，就不再需要外接功放，可以比较更简便的组成影音系统。

汽车音响主机的分类方法多种多样，目前最普遍的方法是按照信号源分类。主机的信号源主要有：收音（FM/AM）、磁带、蓝牙、CMMB数字电视、MP5、CD、VCD、DVD和MP3等。将这些声音源分类组合，可以生产出不同款式的音响主机，最常见的就是收音、磁带和CD的三合一机型，当然还有MP3、磁带和收音等组合方式，但是那就比较少见了。

车载影音大多是专车专用的，除了放影碟，插u盘，sd卡等外，还可以插导航卡进行路径模拟导航，还有更丰富的娱乐游戏！我相信以后汽车的主流都会带有车载影音的！

2009年-2016年汽车保有量分析 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 汽车音响行业基本概述 27 第一节 汽车音响概述 27 一、汽车音响的特征 27 二、汽车音响与家庭音响的不同 28 三、汽车音响的改装升级 29 四、汽车音响改装类型介绍 35 第二节 汽车音响的种类 36 一、按汽车出厂时的时间分 36 二、按汽车音响品牌的地域分 37 三、按汽车音响厂家生产专一性分 37 第三节 汽车音响的组成部分 38 一、主机 38 二、功放（功率放大器） 38 三、扬声器 39 四、其他声音设备及附件 40 第二章 2016年国内车载影音系统产业市场营销环境条件 41 第一节 2016年国内宏观经济进展环境条件 41 一、2016年国内GDP增长情况 41 汽车音响产量增加值 二、2016年工业经济发展形势分析 43 三、2016年全社会固定资产投资分析 49 四、2016年社会消费品零售总额分析 57 五、2016年城乡居民收入与消费分析 62 六、2016年对外贸易的发展形势分析 65 第二节 2014-2016年7月国内汽车音响市场政策环境条件 66 一、汽车音响行业相关标准 66 二、国内汽车产业进展政策 67 三、《车载音频播放器技能条件》 81 四、《国内汽车影音行业安装收费标准》 81 第三节 2014-2016年7月国内汽车音响市场社会环境条件 83 一、人口环境条件 83 二、教育环境条件 84 三、生态环境条件 85 四、国内城镇化率 86 第四节 2016年国内车载影音系统行业技能环境条件 86 第三章 2014-2016年7月国内汽车电子市场深度剖析 88 第一节 2014-2016年7月国际汽车电子市场概况 88 一、世界汽车电子地区进展特征 88 二、2016年世界汽车电子市场范围 88 三、全球汽车电子产业进展热点 89 四、国外汽车电子信息市场持续快速进展 89 第二节 2014-2016年7月国内汽车电子行业进展概述 91 一、国内汽车电子行业的进展环境条件 91 二、国内汽车电子行业的进展概况 91 三、国内汽

车电子行业主要驱动因素 91 四、国内汽车车身电子普及速度加快 92 五、国内新能源汽车电子产业亟待进展 93 第三节 2014-2016年7月国内汽车电子市场进展 94 一、2016年国内汽车电子总体市场范围 94 二、国内汽车电子市场品牌结构 95 三、国内汽车电子市场需求特征 95 四、传统汽车电子产品需求稳步上升 95 五、新兴汽车电子产品需求快速增长 96 第四节 2014-2016年7月汽车电子市场竞争预测 97 一、国内汽车电子产业地区集群竞争格局 97 二、国内汽车电子市场整体竞争态势 99 三、中国汽车电子产品主要竞争厂商 99 四、国内汽车电子厂商竞争力评价 99 五、本土厂商在非核心领域占有优点 100 第五节 2014-2016年7月汽车电子市场进展存在的问题 100 一、国内汽车电子产业进展面临问题 100 二、国内汽车电子技能标准尚待提高 102 三、制约国内汽车电子产品进展因素 103 四、国内汽车电子核心技能有待提高 105 第六节 2014-2016年7月国内汽车电子市场进展战略及意见 105 一、促进国内汽车电子产业进展的对策 105 二、加强各方合作打造汽车电子产业链 106 三、汽车电子行业标准体系应尽快建立 109 四、汽车电子产业进展策略的新途径 110 第四章 2016年国内车载影音系统产业进展新形态预测 116 第一节 2016年国内车载影音系统走势聚焦 116 一、国内车载影音公司新产品展览 116 二、车载影音巨头聚首华阳探讨策略 118 三、“中国最顶级汽车影音平台”受关注 120 四、荷兰范登豪知名音响线材落户广州先歌 121 第二节 2016年国内车载影音产业现状综述 122 一、国内车载影音品品牌市场格局 122 二、国内车载影音产品差异化竞争 126 三、国内车载影音产业困境 127 四、车载影音经销商选择 127 第三节 2016年国内汽车影音导航厂家的五大怪状 131 一、定位与需求的背离 131 二、机遇与挑战的猜忌 131 三、优点与劣势的迷离 132 四、精细与粗放的对立 132 五、资源与匹配的虚拟 132 第四节 2016年国内车载影音产业面临的壁垒及挑战 133 一、国内车载影音行业技能壁垒情况 133 二、国内车载影音产业挑战 133 第五章 2016年国内车载影音系统市场深度剖析 136 第一节 2016年国内车载影音市场分析 136 一、国内汽车影音市场进展方向 136 二、国内汽车影音市场特色 137 三、国内车载影音市场竞争情况 140 第二节 国内车载影音系统行业需求分析 141 一、车载影音系统市场消费需求现状 141 二、车载影音系统市场规模及增长 141 三、车载影音系统需求因素分析 144 第三节 我国车载影音系统行业供应分析 147 一、国内车载影音系统生产现状 147 二、车载影音系统行业存在的问题 147 三、车载影音系统行业公司生产经营分析 147 四、国内车载影音系统行业集中度分析 148 第四节 国内主要区域汽车电子市场分析 149 一、环渤海区域汽车电子市场分析 149 二、珠三角区域汽车电子市场分析 150 三、长三角区域汽车电子市场分析 153 四、中西部区域汽车电子市场分析 154 第六章 2014-2016年7月国内汽车影音相关产品进出口趋势分析 156 第一节 2014-2016年7月国内机动车辆用音响信号装置进出口分析 (85123019) 156 一、2014-2016年7月国内机动车辆用音响信号装置进口分析 156 二、2014-2016年7月国内机动车辆用音响信号装置出口分析 156 三、2014-2016年7月国内机动车

辆用音响信号装置进出口均价分析 157 四、2014-2016年7月国内机动车辆用音响信号装置进出口省市分析 157 五、2014-2016年7月国内机动车辆用音响信号装置进出口流向分析 158 第二节 2014-2016年7月国内车辆用电器音响信号装置进出口分析(85123090) 159 一、2014-2016年7月国内车辆用电器音响信号装置进口分析 159 二、2014-2016年7月国内车辆用电器音响信号装置出口分析 159 三、2014-2016年7月国内车辆用电器音响信号装置进出口均价分析 160 四、2014-2016年7月国内车辆用电器音响信号装置进出口省市分析 160 五、2014-2016年7月国内车辆用电器音响信号装置进出口流向分析 161 第七章 2014-2016年7月国内车载影音系统行业配套市场机会分析 163 第一节 轿车车载影音系统需求分析 163 一、2016年轿车市场分析 163 二、轿车车载影音系统市场需求分析 163 第二节 MPV车载影音系统需求分析 163 一、2016年MPV产销分析 163 二、MPV车载影音系统市场需求分析 164 第三节 皮卡车载影音系统需求分析 164 一、2016年皮卡市场状况分析 164 二、皮卡车载影音系统市场需求分析 164 第四节 SUV车载影音系统需求分析 165 一、2016年SUV市场分析 165 二、SUV车载影音系统市场需求分析 165 第五节 轻卡车载影音系统需求分析 165 一、2016年轻卡产销分析 165 二、轻卡车载影音系统市场需求分析 166 第六节 重卡车载影音系统需求分析 166 一、2016年重卡市场分析 166 二、重卡车载影音系统市场需求分析 166 第七节 轻客车载影音系统需求分析 167 一、2016年轻型客车市场分析 167 二、轻型客车载影音系统市场需求分析 168 第八节 大中型客车载影音系统需求分析 168 一、2016年大中型客车产销分析 168 二、大中型客车载影音系统市场需求分析 170 第八章 2014-2016年7月车载影音系统售后市场分析 171 第一节 国内车载影音系统售后市场概况 171 第二节 乘用车售后市场用车载影音系统器市场分析 172 一、2016年乘用车市场分析 172 二、乘用车车载影音系统器售后市场分析 172 第三节 商用车售后市场用车载影音系统器市场分析 172 一、2016年商用车市场分析 172 二、商用车用车载影音系统器售后市场分析 173 第四节 客车售后市场用车载影音系统器市场分析 173 一、2016年客车市场分析 173 二、客车用车载影音系统售后市场分析 173 第九章 2014-2016年7月国内车载影音产业市场竞争新格局分析 175 第一节 2014-2016年7月国内车载影音竞争总况 175 一、车载影音市场竞争环境条件 175 二、车载影音竞争力盘点 175 三、车载影音品品牌竞争趋势 176 第二节 2014-2016年7月国内车载影音竞争格局分析 177 一、车载影音市场集中度分析 177 二、车载影音多层格局分析 179 三、车载影音市场竞争程度 180 四、车载影音品品牌竞争成主导 180 第三节 2014-2016年7月国内车载影音公司竞争走势 181 一、天缘九逸车载影音导航后来居上 181 二、远峰科技智能网联车载影音导航3G时代 182 三、众鸿做车载影音领域最优秀的方案提供商 182 四、“赛格车神”抢滩国内车载影音娱乐高地 183 五、雄兵创维强强联合打造高端车载影音导航 185 第四节 2017-2022年国内车载影音市场竞争状况与战略分析 188 一、前装车载影音竞争格局分析 188 二、车载影音市场竞争状况分析 188 三、车载影音市场竞

争战略分析 189 第十章 2016年国内汽车影音国外品品牌公司运行浅析 192第一节 先锋 192 第二节 松下 192 第三节 索尼 192 第四节 阿尔派 193 第五节 JVC 193 第五节 建伍 194 第六节 飞利浦 194 第七节 西门子VDO 195 第八节 来福 195 第十一章 2016年国内车载影音主要中国生产公司竞争分析 197第一节 广汽长丰汽车股份有限公司 197 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业经营情况分析 (3) 企业经营优劣势分析 第二节 深圳市航盛电子股份有限公司 203 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业经营情况分析 (3) 企业经营优劣势分析 第三节 江苏天宝汽车电子有限公司 211 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业经营情况分析 (3) 企业经营优劣势分析 第四节 佛山市三水好帮手电子科技有限公司 217 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业经营情况分析 (3) 企业经营优劣势分析 第五节 广州飞歌汽车音响有限公司 224 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业经营情况分析 (3) 企业经营优劣势分析 第六节 东莞市步步高视听电子有限公司 230 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业经营情况分析 (3) 企业经营优劣势分析 第七节 东莞市奇声电子实业有限公司 237 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业经营情况分析 (3) 企业经营优劣势分析 第八节 先锋电子科技(上海)有限公司 244 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业经营情况分析 (3) 企业经营优劣势分析 第九节 惠州市德赛西威汽车电子有限公司 250 一、企业基本概况 250 二、企业经营情况分析 252 第十节 朝阳电子(深圳)有限公司 257 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业经营情况分析 (3) 企业经营优劣势分析 第十一节 惠州华阳通用电子有限公司 263 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业经营情况分析 (3) 企业经营优劣势分析 第十二节 厦门建松电器有限公司 269 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业经营情况分析 (3) 企业经营优劣势分析9 第十三节 信创基电子(深圳)有限公司 275 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业经营情况分析 (3) 企业经营优劣势分析 第十四节 丹东阿尔卑斯电子有限公司 278 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业经营情况分析 (3) 企业经营优劣势分析 第十五节 德尔福电子(苏州)有限公司 281 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业经营情况分析 (3) 企业经营优劣势分析1 第十六节 深圳市宝凌电子股份有限公司 283 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业经营情况分析 (3) 企业经营优劣势分析 第十七节 文登创达电子有限公司 287 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业经营情况分析 (3) 企业经营优劣势分析 第十八节 现代高新电子(天津)有限公司 289 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业经营情况分析 (3) 企业经营优劣势分析0 第十九节 肇庆市万亚电子科技有限公司 292 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业经营情况分析 (3) 企业经营优劣势分析 第二十节 北京爱德发科技有限公司 295 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业经营情况分析 (3) 企业经营优劣势分析 第二十一节 惠州市华阳多媒体电子有限公司 298 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业经营情况分析 (3) 企业经营优劣势分析 第二十二节 深圳市艾丽声电子有限公司 301 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业经营情况分析 (3) 企业经营优劣势分析 第二十三节 东莞歌乐东方电子有限公司 304

(1) 企业发展简况分析 (2) 企业经营情况分析 (3) 企业经营优劣势分析7 第十二章 2016年国内汽车影音业相关产业运行透析 309第一节 2016年国内汽车工业进展分析 309 一、2016年国内汽车保有量情况分析 309 二、2016年国内汽车产销总体情况分析 309 三、2016年国内汽车行业经济运行情况 310 四、2016年国内汽车行业进出口总体情况 312 第二节 2014-2016年7月汽车客运行业进展情况分析 313 一、2016年汽车客运经济指标分析 313 二、2016年国内城市客运进展情况 313 三、对汽车影音的需求及影响分析 316 第三节 2014-2016年7月国内旅游业进展趋势分析 316 一、2016年国内旅游业进展现状 316 二、2016年国内旅游总收入分析 317 三、2016年中国游市场范围分析 317 四、2016年入境游市场范围分析 317 五、2016年国际旅游外汇收入分析 317 六、2016年国内旅游经济运行情况分析 318 第十三章 2017-2022年国内车载影音系统前瞻及状况分析 320第一节 2017-2022年国内汽车音响未来分析 320 一、汽车影音走入"智能时代" 320 二、车载电脑抢滩汽车影音市场 320 三、汽车影音行业多媒体娱乐化状况明显 321 四、数码化介入&mdash;&mdash;汽车影音系统进展新方向 321 第二节 2017-2022年国内汽车音响进展状况分析 322 一、国内汽车音响行业进展机遇分析 322 二、国内汽车音响功能进展状况分析 328 三、国内汽车音响渠道竞争状况分析 328 第三节 2017-2022年国内汽车音响业技能进展走向 330 一、汽车音响的进展走向 330 二、汽车影音系统开发走向 330 三、汽车音响功能技术的进展分析 331 第十四章 2017-2022年国内车载影音系统市场战略及投资分析 333第一节 车载影音系统行业策略分析 333 一、车载影音系统行业SWOT分析 333 二、汽车音响市场销量分析 334 三、汽车音响市场前景分析 335 第二节 车载影音系统市场运营战略分析 336 一、产品战略 336 二、价格战略 336 三、渠道战略 338 四、销售战略 339 第十五章 2017-2022年国内车载影音系统投资未来分析 342第一节 2017-2022年国内汽车影音行业投资环境条件 342 第二节 2017-2022年国内汽车影音系统投资机会分析 343 一、汽车影音投资未来分析 343 二、汽车影音投资吸引力分析 343 三、汽车音响后装市场潜力巨大 344 第三节 2017-2022年国内车载影音系统投资风险剖析 344 一、宏观调控风险 344 二、宏观经济风险 345 三、市场竞争风险 345 四、原料市场风险 346 五、技术风险剖析 346 第四节 2017-2022年国内车载影音系统投资战略分析 350 一、策略定位上应追求由消费导向向市场导向的策略提升 350 二、针对细分市场采取不同经营策略 351 三、加强汽车音响产品技能研发提升核心竞争能力 351 四、公司运营战略分析 352 (AK HT) 图表目录：图表 1 2016年GDP初步核算数据 41 图表 2 2014-2016年7月GDP环比增长速度 41 图表 3 2016年7月GDP初步核算数据 42 图表 4 GDP环比和同比增长速度 42 图表 5 2014-2016年7月中国各月累计主营业务收入与利润总额同比增速 44 图表 6 2014-2016年7月中国各月累计主营业务收入与主营活动利润同比增速 44 图表 7 2014-2016年7月中国各月累计每百元主营业务收入中的成本与利润率 45 图表 8 2016年分经济类型主营业务收入与主营活动利润同比增色 46 图表 9 2016年规模以

上工业企业主要财务指标 46 图表 10 2014-2016年7月我国全社会固定资产及其增长率情况 49  
图表 11 2014年7月-2016年7月我国固定资产投资（不含农户）同比增速 50 图表 12 2014年7  
月-2016年7月固定资产投资到位资金同比增速 51 图表 13 2016年固定资产投资（不含农户）主  
要数据 52 图表 14 2014-2016年7月我国固定资产投资（不含农户）同比增速 55 图表 15 2016  
年1-7月固定资产投资（不含农户）主要数据 55 图表 16 2014-2016年7月我国社会消费品零售  
总额及其增长速度 57 图表 17 2014-2016年7月社会消费品零售总额分月同比增长速度 58 图表  
18 2016年1-7月社会消费品零售总额主要数据 59 图表 19 2014-2016年7月社会消费品零售总额  
分月同比增长速度 60 图表 20 2016年7月社会消费品零售总额主要数据 61 图表 21 2014-2016年7  
月我国农村居民人均纯收入及其增长速度 63 图表 22 2014-2016年7月我国城镇居民人均可支配  
收入及其增长速度 63 图表 23 2014-2016年7月全球汽车电子市场规模统计 89 图表 24 2014-2016  
年7月中国前装车载娱乐导航系统产量 143 图表 25 2014-2016年7月中国后装车载娱乐导航系统  
终端产量 144 图表 26 2014-2016年7月国内机动车辆用音响信号装置进口分析 156 图表 27  
2014-2016年7月国内机动车辆用音响信号装置进口分析 156 图表 28 2014-2016年7月国内机动车  
辆用音响信号装置进出口均价分析 157 图表 29 2016年1-7月国内机动车辆用音响信号装置出口  
省市分析 157 图表 30 2016年1-7月国内机动车辆用音响信号装置进口省市分析 158 更多图表  
见正文.....

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/282064.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。