



艾凯咨询
ICAN Consulting

2017-2022年中国多媒体音响市场发展现状及战略咨询报告

一、调研说明

《2017-2022年中国多媒体音响市场发展现状及战略咨询报告》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/282579.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

中国电子音响行业起步于 1979 年，经过三十多年的快速发展，目前中国已经成为世界音响设备的生产和出口大国。20 世纪 90 年代以来，信息产业迅速发展，多媒体技术以及音源设备不断推陈出新，音响的应用领域不断拓宽，特别是随着人们生活、消费水平的提高，电脑和互联网不断普及，音响市场空间随之上升，需求量保持在较高水平。

随着我国人均可支配收入的快速增长及城镇化进程的加速推进，未来三、四、五级市场将成为推动多媒体音箱需求的生力军。

2014 年全球智能型手机出货量为 12.45 亿部，较 2013 年增长 28.4%；PC 出货量为 3.16 亿台，与 2013 年基本持平。根据工信部统计数据，2014 年我国累计生产笔记本电脑 2.27 亿台，较 2013 年下降 5.5%。由于传统多媒体音响主要用于 PC 配套，PC 出货量的下滑使得传统多媒体音响需求随之出现下滑。。2014 年，我国多媒体音响产值达到 186.28 亿

元，同比增长 18.60%。 2008-2014 年中国多媒体音响产值增长情况

2015 年 1-10 月中国音响设备制造出口交货值统计图

随着产品加速向三、四、五级市场渗透，多媒体音响适用范围不断拓宽、消费者群体的需求差异化发展，以及多媒体音响发展成为融合多种功能的数码音频设备，我国多媒体音响市场将保持持续增长，预计到 2018 年我国多媒体音响产值规模将达到 317.38 亿元。 中国多媒体音响市场规模增长预测

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：

第一章中国多媒体音响行业发展概述 1

第一节 行业发展情况概述 1

一、基本情况介绍 1

二、发展特点分析 2

第二节 行业上下游产业链分析 4

- 一、产业链模型原理介绍 4
- 二、行业产业链分析 6
- 第三节 行业生命周期分析 6
 - 一、行业生命周期理论概述 6
 - 二、行业所属的生命周期分析 8
- 第四节 行业经济指标分析 9
 - 一、行业的赢利性分析 9
 - 二、行业附加值的提升空间分析 10
 - 三、行业进入壁垒与退出机制分析 10

第二章 2015-2016年世界多媒体音响行业市场发展现状分析 13

第一节 全球多媒体音响行业发展历程回顾 13

第二节 全球多媒体音响行业市场规模分析 14 根据中国电子音响行业协会统计，全球电子音响市场产值从 2009 年至 2014 年整体规模呈增长趋势，但由于全球经济在 2008 年经济危机后复苏缓慢，除 2010 年实现较高增速外，其余年度增速均为个位数。2014 年全球电子音响行业产值约为 4,844 亿元。 2009-2014 年全球电子音响产值走势

第三节 全球多媒体音响行业市场区域分布情况 15

第四节 2017-2022 年全球多媒体音响市场规模预测 20

第三章 2015-2016 年中国多媒体音响产业发展环境分析 21

第一节 我国宏观经济环境分析 21

第二节 中国多媒体音响行业政策环境分析 29

第三节 中国多媒体音响产业社会环境发展分析 29

- 一、人口环境分析 29
- 二、教育环境分析 31
- 三、文化环境分析 34
- 四、生态环境分析 35
- 五、消费观念分析 38

第四章 2015-2016 年中国多媒体音响产业运行情况 41

第一节 中国多媒体音响行业发展状况情况介绍 41

一、行业发展历程回顾	41
二、行业技术现状分析	42
三、行业发展特点分析	44
第二节 行业市场规模分析	45
第三节 多媒体音响行业市场供需情况分析	46
一、行业产能情况分析	46
二、行业产值分析	47
三、行业产量统计与分析	48
四、行业需求量分析	48
第四节 多媒体音响行业发展趋势分析	49
第五章 2015-2016年中国多媒体音响市场格局分析	51
第一节 中国多媒体音响行业竞争现状分析	51
第二节 中国多媒体音响行业集中度分析	52
一、行业市场集中度分析	52
二、行业企业集中度分析	53
三、行业区域集中度分析	54
第三节 行业存在的问题	55
第六章 2015-2016年中国多媒体音响行业竞争情况	56
第一节 行业竞争结构分析	56
一、现有企业间竞争	56
二、潜在进入者分析	56
三、替代品威胁分析	57
四、供应商议价能力	57
五、客户议价能力	57
第二节 行业SWOT分析	58
一、行业优势分析	58
二、行业劣势分析	58
三、行业机会分析	59
四、行业威胁分析	59
第三节 行业竞争力优势分析	60

第七章 2015-2016年多媒体音响制造所属行业数据监测 62

第一节 中国多媒体音响所属行业规模分析 62

一、企业数量分析 62

二、资产规模分析 62

三、销售规模分析 63

四、利润规模分析 63

第二节 中国多媒体音响所属行业产值分析 64

第三节 中国多媒体音响所属行业成本费用分析 64

第四节 中国多媒体音响所属行业运营效益分析 64

第八章 2015-2016年多媒体音响行业重点生产企业分析 67

第一节 公司一 67

一、企业概况 67

二、企业主要经济指标分析 67

三、企业盈利能力分析 68

四、企业偿债能力分析 68

五、企业运营能力分析 68

六、企业成长能力分析 68

第二节 公司二 69

一、企业概况 69

二、企业主要经济指标分析 69

三、企业盈利能力分析 70

四、企业偿债能力分析 70

五、企业运营能力分析 70

六、企业成长能力分析 71

第三节 公司三 71

一、企业概况 71

二、企业主要经济指标分析 72

三、企业盈利能力分析 73

四、企业偿债能力分析 74

五、企业运营能力分析 75

六、企业成长能力分析 75

第四节 公司四 76

一、企业概况 76

二、企业主要经济指标分析 76

三、企业盈利能力分析 77

四、企业偿债能力分析 77

五、企业运营能力分析 77

六、企业成长能力分析 78

第五节 公司五 78

一、企业概况 78

二、企业主要经济指标分析 79

三、企业盈利能力分析 79

四、企业偿债能力分析 80

五、企业运营能力分析 80

六、企业成长能力分析 80

第九章 2017-2022年中国多媒体音响行业发展前景分析与预测 81

第一节 2017-2022年多媒体音响行业未来发展前景分析 81

一、2017-2022年多媒体音响行业国内投资环境分析 81

二、2017-2022年多媒体音响行业市场机会分析 82

三、2017-2022年多媒体音响行业投资增速预测 82

第二节 2017-2022年多媒体音响行业未来发展趋势预测 84

第三节 2017-2022年多媒体音响行业市场发展预测 84

一、2017-2022年多媒体音响行业市场规模预测 84

二、2017-2022年多媒体音响行业市场规模增速预测 85

三、2017-2022年多媒体音响行业产值规模预测 85

四、2017-2022年多媒体音响行业产值增速预测 86

第四节 2017-2022年多媒体音响行业盈利走势预测 87

一、2017-2022年多媒体音响行业毛利润同比增速预测 87

二、2017-2022年多媒体音响行业利润总额同比增速预测 87

第十章 2017-2022年多媒体音响行业投资风险与营销分析 89

第一节 2017-2022年多媒体音响行业进入壁垒分析 89

一、技术壁垒分析 89

二、规模壁垒分析 89

三、品牌壁垒分析 89

四、其他壁垒分析 90

第二节 2017-2022年多媒体音响行业投资风险分析 90

一、政策风险分析 90

二、技术风险分析 90

三、竞争风险分析 90

四、其他风险分析 90

第十一章 2017-2022年多媒体音响行业发展策略及投资建议92

第一节 2017-2022年多媒体音响行业市场重点客户战略实施 92

一、实施重点客户战略的必要性 92

二、合理确立重点客户 93

三、对重点客户的营销策略 94

四、强化重点客户的管理 94

五、实施重点客户战略要重点解决的问题 94

第二节 2017-2022年多媒体音响行业发展策略分析 96

第三节 2017-2022年多媒体音响投资建议 96

图表目录：

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2015年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2015年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2017-2022年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2017-2022年中国GDP增速预测

图表：多媒体音响行业产业链

图表：2011-2015年我国多媒体音响行业企业数量增长趋势图

图表：2011-2015年我国多媒体音响行业亏损企业数量增长趋势图

图表：2011-2015年我国多媒体音响行业从业人数增长趋势图

图表：2011-2015年我国多媒体音响行业资产规模增长趋势图

图表：2011-2015年我国多媒体音响行业产成品增长趋势图

图表：2011-2015年我国多媒体音响行业工业销售产值增长趋势图

图表：2011-2015年我国多媒体音响行业销售成本增长趋势图

图表：2011-2015年我国多媒体音响行业费用使用统计图

图表：2011-2015年我国多媒体音响行业主要盈利指标统计图

图表：2011-2015年我国多媒体音响行业主要盈利指标增长趋势图

图表：企业1

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业2

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业3

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业4

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业5

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业6

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：其他企业……

图表：主要经济指标走势图

图表：2011-2015年多媒体音响行业市场供给

图表：2011-2015年多媒体音响行业市场需求

图表：2011-2015年多媒体音响行业市场规模

图表：多媒体音响所属行业生命周期判断

图表：多媒体音响所属行业区域市场分布情况

图表：2017-2022年中国多媒体音响行业市场规模预测

图表：2017-2022年中国多媒体音响行业供给预测

图表：2017-2022年中国多媒体音响行业需求预测

图表：2017-2022年中国多媒体音响行业价格指数预测

图表：……

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/282579.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。