

2019-2025年中国音箱市场运行态势及行业发展前景预测报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2019-2025年中国音箱市场运行态势及行业发展前景预测报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/detail/398600.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.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、报告目录及图表目录

自从人类有了梦想，我们就一直努力着，企盼着有一天可以把那些天籁留下，藏在怀里，甚至可以将它们重复播放。这从企盼到尝试到最终如愿以偿的过程，就是人类在电与声的探索中逐渐摸索、逐步成长的过程。

音箱指可将音频信号变换为声音的一种设备。通俗的讲就是指音箱主机箱体或低音炮箱体内自带功率放大器，对音频信号进行放大处理后由音箱本身回放出声音，使其声音变大。

音箱是整个音响系统的终端，其作用是把音频电能转换成相应的声能，并把它辐射到空间去。它是音响系统极其重要的组成部分，担负着把电信号转变成声信号供人的耳朵直接聆听的任务。

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 音箱产品概述 16

第一节 产品定义、特点分析 16

一、音箱定义 16

二、音箱特点 16

第二节 产品主要应用领域 19

第三节 产品生命周期分析 19

一、产品类型多元化 20

二、与相关设备不断融合或衍生 20

第四节 产品波特五力模型分析 20

一、行业现有企业间的竞争 21

二、行业新进入者威胁分析 22

三、替代产品或服务的威胁 22

四、上游供应商讨价还价能力 23

五、下游用户讨价还价的能力 23

第二章 中国音箱产品发展环境分析 24

第一节 2018年中国宏观经济发展环境分析 24

一、2018年中国GDP增长情况分析 24

二、2018年工业经济发展形势分析	25
三、2018年全社会固定资产投资分析	28
四、2018年社会消费品零售总额分析	31
五、2018年城乡居民收入与消费分析	32
六、2018年对外贸易的发展形势分析	34
第二节中国音箱产品政策环境分析	36
一、行业管理体制主管部门	36
二、音箱行业主要法律法规	37
三、音箱行业相关产业政策	37
第三节电子信息制造业“十三五”规划解读	38
一、“十二五”期间取得的成就	38
二、“十三五”期间面临的形势	40
三、“十三五”期间发展目标分析	41
四、“十三五”期间发展重点任务	42
五、“十三五”期间发展保障措施	42
第四节中国音箱产品技术环境分析	44
一、技术发展现状	44
二、新技术的发展	46
三、技术发展趋势	51
第五节中国音箱市场需求环境分析	52
一、2018年中国电脑市场发展情况	52
二、中国笔记本电脑市场产销分析	53
三、中国MP3/MP4市场产销分析	54
第三章2015-2018年中国音箱所属行业数据监测分析	56
第一节2017-2018年中国音响设备所属行业发展分析	56
一、2017年中国音响设备所属行业发展概况	56
二、2018年中国音响设备所属行业发展概况	58
第二节2015-2018年中国音响设备所属行业规模分析	61
一、企业数量增长分析	61
二、资产规模增长分析	63
三、销售规模增长分析	65
四、利润规模增长分析	67
第三节2017-2018年中国音响设备所属行业结构分析	69
一、企业数量结构分析	69

二、资产规模结构分析71

三、销售规模结构分析73

四、利润规模结构分析75

第四节2015-2018年中国音响设备所属行业产值分析77

一、产成品增长分析77

二、工业销售产值分析79

三、出口交货值分析80

第五节2015-2018年中国音响设备所属行业成本费用分析81

一、销售成本统计81

二、主要费用统计82

第六节2015-2018年中国音响设备行业运营效益分析85

一、偿债能力分析85

二、盈利能力分析86

三、运营能力分析92

第四章中国音箱市场规模分析96

第一节中国音箱区域结构分析96

第二节中国音箱区域市场规模分析96

一、东北地区音箱市场规模分析96

二、华北地区音箱市场规模分析97

三、华东地区音箱市场规模分析97

四、华中地区音箱市场规模分析98

五、华南地区音箱市场规模分析98

六、西南地区音箱市场规模分析99

七、西北地区音箱市场规模分析99

第五章中国音箱需求与消费者偏好调查101

第一节中国音箱产量统计分析101

第二节中国音箱历年消费量统计分析102

一、中国音箱销售量统计分析102

二、中国音箱销售额统计分析102

第三节音箱产品目标客户群体调查102

一、不同收入水平消费者调查103

二、不同年龄的消费者调查103

三、不同地区的消费者调查104

第四节音箱产品的品牌市场调查104

- 一、消费者对音箱品牌认知度宏观调查104
- 二、消费者对音箱品牌的首要认知渠道105
- 三、音箱产品小型化需求度调查105
- 四、无线及数码多功能音箱调查107
- 五、音箱品牌市场关注度调查108
- 六、消费者购买音箱目的调查108
- 七、消费者期望的市场趋势109

第五节不同客户购买相关的态度及影响分析109

- 一、价格敏感程度109
- 二、品牌的影响110
- 三、购买方便的影响111
- 四、广告的影响程度111
- 五、外观的影响程度112
- 六、消费者的消费理念调研112

第六章中国音箱产品市场价格分析114

第一节价格形成机制分析114

第二节中国音箱产品价格趋向势分析115

- 一、2017年中国音箱市场价格分析115
- 二、2018年中国音箱市场价格分析115

第三节2019-2025年中国音箱产品价格趋向预测分析116

第七章2015-2018年中国中国音箱产品进出口市场情况分析117

第一节2015-2018年中国单喇叭音箱进出口情况117

- 一、中国单喇叭音箱进口情况（85182100）117
- 二、中国单喇叭音箱出口情况117

第二节2015-2018年中国多喇叭音箱进出口情况118

- 一、中国多喇叭音箱进口情况（85182200）118
- 二、中国多喇叭音箱出口情况118

第三节2019-2025年中国音箱进出口预测119

- 一、中国单喇叭音箱进出口预测119
- 二、中国多喇叭音箱进出口预测120

第八章2013-2018年中国音箱产品市场分析122

第一节2013年音箱市场分析122

- 一、2013年音箱市场发展现状122
- 二、2013年音箱市场基本特点122
- 三、2013年音箱市场品牌结构122
- 四、2013年音箱市场产品结构124
- 五、2013年音箱市场主流厂商124

第二节2018年音箱市场分析126

- 一、2018年音箱市场概述126
- 二、2018年音箱市场品牌结构127
- 三、2018年音箱市场产品结构128
- 四、2018年音箱市场主流厂商128

第三节2018年音箱市场分析130

- 一、2018年音箱市场品牌结构130
- 二、2018年音箱产品关注比例131
- 三、2018年音箱市场产品结构132
- 四、2018年音箱市场价格分布133

第四节中国音响产品市场规模分析134

- 一、家庭视听设备市场规模134
- 二、家庭音箱设备市场规模135
- 三、汽车音箱市场规模分析136

第九章中国音箱市场企业竞争力及关键性数据分析138

第一节上海飞乐音响股份有限公司138

- 一、企业基本情况138
- 二、企业经营情况分析138
- 三、企业经济指标分析139

第二节国光电器股份有限公司142

- 一、企业基本情况142
- 二、企业经营情况分析142
- 三、企业经济指标分析144

第三节深圳市漫步者科技股份有限公司146

- 一、企业基本情况146
- 二、企业经营情况分析147
- 三、企业经济指标分析148

第四节深圳市奋达科技股份有限公司150

- 一、企业基本情况150
- 二、企业经营情况分析150
- 三、企业经济指标分析151
- 第五节雅马哈电子（苏州）有限公司154
 - 一、公司基本情况154
 - 二、企业主要经济指标154
 - 三、企业偿债能力分析155
- 第六节东莞美隆电声器材有限公司156
 - 一、公司基本情况156
 - 二、企业主要经济指标156
 - 三、企业偿债能力分析157
- 第七节惠州新丰音响有限公司159
 - 一、公司基本情况159
 - 二、企业主要经济指标159
 - 三、企业偿债能力分析160

- 第十章中国音箱产品竞争格局分析172
 - 第一节音箱行业历史竞争格局概况172
 - 一、音箱行业集中度分析172
 - 二、音箱行业竞争现状分析172
 - 第二节音箱行业企业竞争状况分析173
 - 一、专业音响行业竞争格局173
 - 二、多媒体音箱主要竞争企业174
 - 三、多媒体音箱企业竞争格局176
 - 第三节2019-2025年中国音箱产品竞争格局展望176

- 第十一章2019-2025年中国音箱产品发展预测177
 - 第一节中国组合音响产量预测177
 - 第二节多媒体音箱市场规模预测177
 - 第三节音响设备行业销售收入预测178
 - 第四节中国音响细分产品市场规模预测179
 - 一、家庭视听市场规模预测179
 - 二、家庭音箱市场规模预测180
 - 三、汽车音箱市场规模预测181

第十二章2019-2025年我国音箱行业投资价值与投资策略分析(AK HT)

第一节2019-2025年中国音箱行业投资前景分析182

- 一、中国音箱行业发展趋势分析182
- 二、音响行业属性推动音箱订单增长182
- 三、消费电子推动多媒体音箱行业发展183
- 四、中国电子音响行业“十三五”规划183

第二节2019-2025年中国音箱行业投资风险预警184

- 一、宏观经济风险184
- 二、行业竞争风险184
- 三、技术风险分析184
- 四、原材料价格风险185

第三节2019-2025年中国音箱行业投资策略分析185

图表目录：

- 图表1波特五力竞争模型与一般战略的关系19
- 图表22015-2018年中国国内生产总值及增长变化趋势图24
- 图表32015-2018年中国人均国内生产总值变化趋势图24
- 图表42015-2018年中国全部工业增加值及增长速度趋势图25
- 图表52018年规模以上工业企业实现利润及其增长速度25
- 图表62018年分行业固定资产投资（不含农户）及其增长速度28
- 图表72015-2018年中国全社会固定资产投资增长趋势图29
- 图表82018年中国社会消费品零售总额同比增长趋势图30
- 图表92015-2018年中国社会消费品零售总额及增长速度趋势图31
- 图表102015-2018年城镇居民人均可支配收入及增长趋势图32
- 更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/398600.html>