

中国对讲机市场动态及投资商机研究报告（2011-2015年）

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《中国对讲机市场动态及投资商机研究报告（2011-2015年）》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.chyxx.com/research/201101/E19165U1JY.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.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

【报告前言】

对讲机技术最早产生在风声鹤唳的二十年代，诞生于Westinghouse的实验室内。一位名叫John Kermode性格古怪的发明家“异想天开 だ 戀 轟 啣 湛 鸛 掠 爻 倏 耀”技术应用方面的每一个设想都使人感到非常新奇。他的想法是在信封上做对讲机标记，对讲机中的信息是收信人的地址，就象今天的邮政编码。为此Kermode发明了最早的对讲机标识，设计方案非常的简单，即一个“条”表示数字“1”，二个“条”表示数字“2”，依次类推。然后，他又发明了由基本的元件组成的对讲机识读设备：一个(能够发射光并接收反射光)测定反射信号条和空的方法，即边缘定位线圈；和使用测定结果的方法，即译码器。

Kermode利用当时新发明的光电池来收集反射光。“空”反射回来的是强信号，“条”反射回来的是弱信号。与当今高速度的电子元器件应用不同的是，Kermode利用磁性线圈来测定“条”和“空”。就象一个小孩将电线与电池连接再绕在一颗钉子上来夹纸。Kermode用一个带铁芯的线圈在接收到“空”的信号的时候吸引一个开关，在接收到“条”的信号的时候，释放开关并接通电路。因此，最早的对讲机阅读器噪音很大。开关由一系列的继电器控制，“开 讷 狷 由打印在信封上“条”的数量决定。通过这种方法，对讲机符号直接对信件进行分检。

此后不久，Kermode的合作者Douglas Young，在Kermode码的基础上作了些改进。Kermode码所包含的信息量相当的低，并且很难编出十个以上的不同代码。而Young码使用更少的条，但是利用条之间空的尺寸变化，就象今天的UPC对讲机符号使用四个不同的条空尺寸。新的对讲机符号可在同样大小的空间对一百个不同的地区进行编码，而Kermode码只能对十个不同的地区进行编码。

直到1949年的专利文献中才第一次有了Norm Woodland和Bernard Silver发明的全方位对讲机符号的记载，在这之前的专利文献中始终没有对讲机技术的记录，也没有投入实际应用的先例。Norm Woodland和Bernard Silver的想法是利用Kermode和Young的垂直的“条”和“空”，并使之弯曲成环状，非常象射箭的靶子。这样通过扫描图形的中心，能够对对讲机符号解码，不管对讲机符号方向的朝向。

在利用这项专利技术对其进行不断改进的过程中，一位科幻小说作家Isaac-Azimov在他的“裸露的太阳”一书中讲述了使用信息编码的新方法实现自动识别的事例。那时人们觉得此书中的对讲机符号看上去象是一个方格子的棋盘，但是今天的对讲机专业人士马上会意识到这是一个二维矩阵对讲机符号。虽然此对讲机符号没有方向、定位和定时，但很显然它表示的是高信息密度的数字编码。

直到1970年InterfaceMechanisms公司开发出“二维码”之后，才有了价格适于销售的二维矩阵对讲机的打印和识读设备。那时二维矩阵对讲机用于报社排版过程的自动化。二维矩阵对讲机印在纸带上，由今天的一维CCD扫描识读。CCD发出的光照在纸带上，每个光电池对准纸带的不同区域。每个光电池根据纸带上印刷对讲机与否输出不同的图案，组合产生一个高

密度信息图案。用这种方法可在相同大小的空间打印上一个单一的字符，作为早期Kermode码之中的一个单一的条。定时信息也包括在内，所以整个过程是合理的。当第一个系统进入市场后，包括打印和识读设备在内的全套设备大约要5000美元。

此后不久，随着LED(发光二极管)、微处理器和激光二极管的不断发展，迎来了新的标识符号(象征学)和其应用的大爆炸，人们称之为“对讲机工业”。今天很少能找到没有直接接触过即快又准的对讲机技术的公司或个人。由于在这一领域的技术进步与发展非常迅速，并且每天都有越来越多的应用领域被开发，用不了多久对讲机就会象灯泡和半导体收音机一样普及，将会使我们每一个人的生活都变得更加轻松和方便。

对讲机主要应用在公安、民航、运输、水利、铁路、制造、建筑、服务等行业，用于团体成员间的联络和指挥调度，以提高沟通效率和提高处理突发事件的快速反应能力。随着对讲机进入民用市场，人们外出旅游、购物也开始越来越多地使用对讲机。

【报告目录】

第一章2009-2010年世界对讲机行业运行动态分析	16
第一节2009-2010年世界对讲机行业发展概述	16
一、世界对讲机产业特点分析	16
二、对讲机品牌分析	16
三、对讲机技术分析	17
第二节2009-2010年国外对讲机产品市场状况分析	18
一、欧洲	18
二、日本、美国	18
三、澳大利亚	19
第三节 2011-2015年世界对讲机产业发展趋势分析	19
第二章 2009-2010年中国对讲机行业市场发展环境分析	21
第一节 2009-2010年中国宏观经济环境分析	21
第二节 2009-2010年中国对讲机行业政策环境分析	37
一、产业政策分析	37
二、相关产业政策影响分析	40
三、进出口政策分析	42
第三节 2009-2010年中国对讲机行业社会环境分析	42
一、人口环境分析	42
二、教育、文化环境分析	45
三、生态环境分析	47
第四节 2009-2010年中国对讲机行业技术环境分析	48
第三章2009-2010年中国对讲机行业运行动态分析	49
第一节2009-2010年中国对讲机产业发展综述	49

- 一、对讲机产业特点分析 49
- 二、对讲机价格分析 51
- 三、对讲机技术分析 52
- 第二节2009-2010年中国对讲机产业运行走势分析 54
 - 一、国内对讲机市场需加强整治规范 54
 - 二、对讲机市场面临薄利时代 56
- 第三节2009-2010年中国对讲机产业发展存在问题分析 57
- 第四章2009-2010年中国对讲机产业市场运行态势分析 60
 - 第一节2009-2010年中国对讲机产业市场发展现况 60
 - 一、对讲机市场的演变 60
 - 二、专业对讲机市场渠道 60
 - 三、生产商的“三级”世界 61
 - 第二节2009-2010年中国对讲机产业市场运行动态分析 61
 - 一、经销商，企业市场战略的核心 61
 - 二、农村无线对讲机市场的现况 62
 - 三、售后服务 63
 - 第三节2009-2010年中国民用对讲机市场火爆的原因 63
- 第五章2009-2010年中国对讲机产业市场供需走势分析 64
 - 第一节2009-2010年中国对讲机产业供给分析 64
 - 一、对讲机市场供给整体情况分析 64
 - 二、对讲机生产企业动态分析 64
 - 三、影响对讲机市场供给的因素分析 64
 - 第二节2009-2010年中国对讲机产业市场需求分析 65
 - 一、对讲机整体需求分析 65
 - 二、消费者需求特点分析 65
 - 三、影响需求的因素分析 66
 - 第三节2009-2010年中国对讲机产业市场项目分析 68
- 第六章2008-2009年中国对讲机市场进出口数据分析 69
 - 第一节 2008-2009年中国对讲机出口统计 69
 - 第二节 2008-2009年中国对讲机进口统计 69
 - 第三节 2008-2009年中国对讲机进出口价格对比 69
 - 第四节 中国对讲机进出口主要来源地及出口目的地 70
- 第七章2008-2009年中国对讲机零件（天线除外）市场进出口数据分析 71
 - 第一节 2008-2009年中国对讲机零件出口统计 71
 - 第二节 2008-2009年中国对讲机零件进口统计 71

第三节	2008-2009年中国对讲机零件进出口价格对比	71
第四节	中国对讲机零件进出口主要来源地及出口目的地	72
第八章	2005-2010年中国通信终端设备制造行业规模以上企业经济运行数据监测	73
第一节	2005-2010年中国通信终端设备制造行业数据监测回顾	73
一、	竞争企业数量	73
二、	亏损面情况	74
三、	市场销售额增长	75
四、	利润总额增长	76
五、	投资资产增长性	77
六、	行业从业人数调查分析	78
第二节	2005-2009年中国通信终端设备制造行业投资价值测算	78
一、	销售利润率	78
二、	销售毛利率	79
三、	资产利润率	80
第三节	2005-2009年中国通信终端设备制造行业产销率调查	82
一、	工业总产值	82
二、	工业销售产值	83
第四节	2005-2009年通信终端设备制造出口交货值数据	84
一、	出口交货值增长	84
二、	出口交货值占工业产值的比重（出口率）	85
第九章	2010年中国对讲机行业消费者偏好调查分析	87
第一节	对讲机目标客户群体调查	87
一、	不同类型消费者渗透率调查	87
二、	不同年龄的消费者偏好调查	87
三、	不同地区的消费者偏好调查	87
第二节	2009-2010年对讲机的品牌市场调查	87
一、	消费者对对讲机品牌认知度宏观调查	87
二、	消费者对对讲机的品牌偏好调查	88
三、	消费者对对讲机品牌的首要认知渠道	88
四、	消费者经常购买的品牌调查	89
五、	对讲机品牌忠诚度调查	89
六、	对讲机品牌市场关注排名	90
七、	消费者的消费理念调研	91
第三节	2010年不同客户购买相关的态度及影响分析	92
第十章	2009-2010年中国对讲机行业市场竞争格局分析	93

第一节2009-2010年中国对讲机竞争现状分析 93

一、对讲机价格竞争分析 93

二、对讲机品牌竞争分析 93

三、中外对讲机竞争分析 94

第二节2009-2010年中国对讲机行业集中度分析 94

一、市场集中度分析 94

二、区域集中度分析 96

第三节2009-2010年中国对讲机企业提升竞争力策略分析 96

第十一章2009-2010年中国对讲机优势生产企业竞争性财务数据分析 99

第一节 友利电电子（深圳）有限公司 99

一、企业基本情况 99

二、企业销售收入及盈利水平分析 99

三、企业资产及负债情况分析 100

四、企业成本费用情况 100

第二节 惠阳中建电讯制品有限公司 101

一、企业基本情况 101

二、企业销售收入及盈利水平分析 101

三、企业资产及负债情况分析 102

四、企业成本费用情况 102

第三节 东莞泰富电子有限公司 103

一、企业基本情况 103

二、企业销售收入及盈利水平分析 103

三、企业资产及负债情况分析 104

四、企业成本费用情况 104

第四节 深圳市好易通科技有限公司 105

一、企业基本情况 105

二、企业销售收入及盈利水平分析 105

三、企业资产及负债情况分析 106

四、企业成本费用情况 107

第五节 嘉盈电子(深圳)有限公司 107

一、企业基本情况 107

二、企业销售收入及盈利水平分析 107

三、企业资产及负债情况分析 108

四、企业成本费用情况 109

第六节 深圳创华合作有限公司 109

- 一、企业基本情况 109
- 二、企业销售收入及盈利水平分析 109
- 三、企业资产及负债情况分析 110
- 四、企业成本费用情况 111
- 第七节 威泰克斯通讯（苏州）有限公司 111
 - 一、企业基本情况 111
 - 二、企业销售收入及盈利水平分析 111
 - 三、企业资产及负债情况分析 112
 - 四、企业成本费用情况 113
- 第八节 文登第逸电子有限公司 113
 - 一、企业基本情况 113
 - 二、企业销售收入及盈利水平分析 114
 - 三、企业资产及负债情况分析 114
 - 四、企业成本费用情况 115
- 第九节 安悦电子(深圳)有限公司 115
 - 一、企业基本情况 115
 - 二、企业销售收入及盈利水平分析 116
 - 三、企业资产及负债情况分析 117
 - 四、企业成本费用情况 117
- 第十节 邦深电子(深圳)有限公司 117
 - 一、企业基本情况 117
 - 二、企业销售收入及盈利水平分析 118
 - 三、企业资产及负债情况分析 119
 - 四、企业成本费用情况 119
- 第十二章2011-2015年对讲机行业投资风险分析及建议 120
 - 第一节 2011-2015年对讲机行业投资风险分析 120
 - 一、宏观调控风险 120
 - 二、行业竞争风险 120
 - 三、供需波动风险 121
 - 四、技术风险 121
 - 五、经营管理风险 124
 - 六、其他风险 125
 - 第二节 2011-2015年对讲机行业投资建议分析 126
 - 一、投资产品建议 126
 - 二、投资区域建议 126

三、投资方式建议 127

第三节 2011-2015年对讲机行业投资策略分析 128

一、企业经营战略策略 128

二、兼并及收购策略 131

三、融资方式选择策略 131

第十三章 2011-2015年中国对讲机行业发展趋势预测分析 135

第一节 2011-2015年中国对讲机产业发展前景分析 135

一、中国通信终端设备制造行业预测分析 135

二、对讲机技术发展方向 135

三、对讲机市场竞争格局预测分析 140

第二节 2011-2015年中国对讲机产业市场预测分析 140

一、对讲机市场需求趋势分析 140

二、对讲机行业供给趋势分析 141

三、对讲机进出口预测分析 143

第三节 2011-2015年中国对讲机市场盈利预测分析 144

【图表目录】

图表 1 目前全球主要对讲机品牌 16

图表 2 2000-2010年第二季度中国GDP及其增长率统计表 21

图表 3 2003-2010年中国分产业GDP增长率季度统计表 21

图表 4 2003-2009年中国GDP增长率季度走势图 22

图表 5 2008-2010年6月中国价格指数统计表 23

图表 6 2008-2010年6月中国价格指数月度走势图 24

图表 7 1978-2009年中国居民收入及恩格尔系数统计表 25

图表 8 中国城乡居民收入走势对比 26

图表 9 2003-2009年中国社会消费品零售总额增长趋势图 27

图表 10 2009年中国社会消费品零售总额月度统计表 28

图表 11 2007-2009年中国社会消费品零售总额月度增长率走势图 28

图表 12 2003-2009年中国社会固定资产投资额增长 29

图表 13 2006-2009年各月中国房地产开发投资额月度统计表 30

图表 14 2006-2009年中国各类房地产开发投资月度走势图 31

图表 15 2006-2009年中国各类房地产开发投资累计额环比走势 32

图表 16 2006-2009年中国新开工项目个数（个）及累计同比增速情况 32

图表 17 2000-2009年中国货物进出口额统计表 33

图表 18 1970-2009年中国货物对外贸易总额走势图 34

图表 19 1970-2009年中国货物进口形势图 34

- 图表 20 1970-2009年中国货物出口形势图 36
- 图表 21 1970-2009年中国货物对外贸易顺逆差状况 36
- 图表 22 《数字对讲机系统设备无线射频技术指标》（试行） 41
- 图表 23 1978-2009年中国人口构成统计表 43
- 图表 24 1990-2009年我国人口出生率、死亡率及自然增长率 43
- 图表 25 1978-2009年我国总人口增长趋势图 44
- 图表 26 2008年人口数及其构成表 45
- 图表 27 2001-2008年我国教育经费增长趋势图 46
- 图表 28 2003-2008年我国各类教育招生人数 46
- 图表 29 2010年进口对讲机价格 52
- 图表 30 2005-2009年中国对讲机产量增长趋势图 64
- 图表 31 2005-2009年中国对讲机表观消费量增长趋势图 65
- 图表 32 2003-2010年中国对讲机渗透率对比表 65
- 图表 33 2009年度中国对讲机出口数量及金额数据 69
- 图表 34 2009年度中国对讲机进口数量及金额数据 69
- 图表 35 2009年度中国对讲机进出口单价对比 69
- 图表 36 2009年度中国对讲机进出口主要来源地及出口目的地统计 70
- 图表 37 2009年度中国对讲机零件出口数量及金额数据 71
- 图表 38 2009年度中国对讲机零件进口数量及金额数据 71
- 图表 39 2009年度中国对讲机零件进出口单价对比 71
- 图表 40 2009年度中国对讲机零件进出口主要来源地及出口目的地统计 72
- 图表 41 2006-2010年8月底中国通信终端设备制造企业数量增长趋势图 73
- 图表 42 2006-2009年中国通信终端设备制造行业亏损企业数量增长趋势图 74
- 图表 43 2006-2009年中国通信终端设备制造行业亏损额增长情况 74
- 图表 44 2006-2010年8月中国通信终端设备制造行业主营业务收入增长趋势图 75
- 图表 45 2005-2010年8月中国通信终端设备制造行业利润总额增长趋势图 76
- 图表 46 2006-2010年8月中国通信终端设备制造行业资产增长趋势图 77
- 图表 47 2006-2010年8月中国通信终端设备制造行业从业人数增长趋势图 78
- 图表 48 2005-2009年中国通信终端设备制造行业销售利润率走势图 79
- 图表 49 2005-2009年中国通信终端设备制造行业销售毛利率走势图 79
- 图表 50 2005-2009年中国通信终端设备制造行业总资产利润率指标统计表 80
- 图表 51 2005-2009年中国通信终端设备制造行业总资产利润率走势图 81
- 图表 52 2005-2009年中国通信终端设备制造行业总资产利润率走势图 81
- 图表 53 2006-2009年中国通信终端设备制造行业工业总产值情况 83
- 图表 54 2006-2009年中国通信终端设备制造行业工业销售产值走势 83

- 图表 55 2006-2009年中国通信终端设备制造行业出口交货值走势图 84
- 图表 56 2006-2009年中国通信终端设备制造行业出口率走势图 85
- 图表 57 2010年上半年中国不同类型消费者渗透率调查 87
- 图表 58 2010年上半年中国不同地区的消费者偏好调查 87
- 图表 59 2010年上半年中国消费者对对讲机品牌认知度情况 87
- 图表 60 2010年上半年中国消费者对对讲机品牌偏好调查情况 88
- 图表 61 2010年上半年中国消费者对对讲机品牌首要认知渠道情况 88
- 图表 62 2010年上半年中国消费者经常购买的对讲机品牌调查情况 89
- 图表 63 2010年上半年中国消费者对对讲机品牌忠诚度调查情况 89
- 图表 64 2010年上半年中国摩托罗拉对讲机 TOP10及价格 90
- 图表 65 2010年上半年中国建伍对讲机品牌关注排名情况 90
- 图表 66 2010年上半年中国好易通过对讲机品牌市场关注排名情况 91
- 图表 67 2010年中国对讲机消费者购买选择因素 92
- 图表 68 友利电电子（深圳）有限公司概况 99
- 图表 69 2008-2009年友利电电子（深圳）有限公司主要经济指标 99
- 图表 70 2008-2009年友利电电子（深圳）有限公司工业总产值及存货产成品指标表 99
- 图表 71 2008-2009年友利电电子（深圳）有限公司利润指标表 99
- 图表 72 2008-2009年友利电电子（深圳）有限公司盈利比率（能力）指标表 100
- 图表 73 2008-2009年友利电电子（深圳）有限公司偿债能力指标表 100
- 图表 74 2008-2009年友利电电子（深圳）有限公司偿债比率指标表 100
- 图表 75 2008-2009年友利电电子（深圳）有限公司主营收入及各项成本指标表 100
- 图表 76 惠阳中建电讯制品有限公司概况 101
- 图表 77 2008-2009年惠阳中建电讯制品有限公司主要经济指标 101
- 图表 78 2008-2009年惠阳中建电讯制品有限公司工业总产值及存货产成品指标表 101
- 图表 79 2008-2009年惠阳中建电讯制品有限公司利润指标表 102
- 图表 80 2008-2009年惠阳中建电讯制品有限公司盈利比率（能力）指标表 102
- 图表 81 2008-2009年惠阳中建电讯制品有限公司偿债能力指标表 102
- 图表 82 2008-2009年惠阳中建电讯制品有限公司偿债比率指标表 102
- 图表 83 2008-2009年惠阳中建电讯制品有限公司主营收入及各项成本指标表 102
- 图表 84 东莞泰富电子有限公司概况 103
- 图表 85 2008-2009年东莞泰富电子有限公司主要经济指标 103
- 图表 86 2008-2009年东莞泰富电子有限公司工业总产值及存货产成品指标表 103
- 图表 87 2008-2009年东莞泰富电子有限公司利润指标表 104
- 图表 88 2008-2009年东莞泰富电子有限公司盈利比率（能力）指标表 104
- 图表 89 2008-2009年东莞泰富电子有限公司偿债能力指标表 104

- 图表 90 2008-2009年东莞泰富电子有限公司偿债比率指标表 104
- 图表 91 2008-2009年东莞泰富电子有限公司主营收入及各项成本指标表 105
- 图表 92 深圳市好易通科技有限公司概况 105
- 图表 93 2008-2009年深圳市好易通科技有限公司主要经济指标 105
- 图表 94 2008-2009年 深圳市好易通科技有限公司工业总产值及存货产成品指标表 105
- 图表 95 2008-2009年深圳市好易通科技有限公司利润指标表 106
- 图表 96 2008-2009年深圳市好易通科技有限公司盈利比率（能力）指标表 106
- 图表 97 2008-2009年深圳市好易通科技有限公司偿债能力指标表 106
- 图表 98 2008-2009年深圳市好易通科技有限公司偿债比率指标表 106
- 图表 99 2008-2009年深圳市好易通科技有限公司主营收入及各项成本指标表 107
- 图表 100 嘉盈电子（深圳）有限公司概况 107
- 图表 101 2008-2009年嘉盈电子（深圳）有限公司主要经济指标 107
- 图表 102 2008-2009年 嘉盈电子（深圳）有限公司工业总产值及存货产成品指标表 108
- 图表 103 2008-2009年嘉盈电子（深圳）有限公司利润指标表 108
- 图表 104 2008-2009年嘉盈电子（深圳）有限公司盈利比率（能力）指标表 108
- 图表 105 2008-2009年嘉盈电子（深圳）有限公司偿债能力指标表 108
- 图表 106 2008-2009年嘉盈电子（深圳）有限公司偿债比率指标表 108
- 图表 107 2008-2009年嘉盈电子（深圳）有限公司主营收入及各项成本指标表 109
- 图表 108 深圳创华合作有限公司概况 109
- 图表 109 2008-2009年深圳创华合作有限公司主要经济指标 109
- 图表 110 2008-2009年 深圳创华合作有限公司工业总产值及存货产成品指标表 110
- 图表 111 2008-2009年深圳创华合作有限公司利润指标表 110
- 图表 112 2008-2009年深圳创华合作有限公司盈利比率（能力）指标表 110
- 图表 113 2008-2009年深圳创华合作有限公司偿债能力指标表 110
- 图表 114 2008-2009年深圳创华合作有限公司偿债比率指标表 111
- 图表 115 2008-2009年深圳创华合作有限公司主营收入及各项成本指标表 111
- 图表 116 威泰克斯通讯（苏州）有限公司概况 111
- 图表 117 2008-2009年威泰克斯通讯（苏州）有限公司主要经济指标 111
- 图表 118 2008-2009年 威泰克斯通讯（苏州）有限公司工业总产值及存货产成品指标表 112
- 图表 119 2008-2009年威泰克斯通讯（苏州）有限公司利润指标表 112
- 图表 120 2008-2009年威泰克斯通讯（苏州）有限公司盈利比率（能力）指标表 112
- 图表 121 2008-2009年威泰克斯通讯（苏州）有限公司偿债能力指标表 112
- 图表 122 2008-2009年威泰克斯通讯（苏州）有限公司偿债比率指标表 113
- 图表 123 2008-2009年威泰克斯通讯（苏州）有限公司主营收入及各项成本指标表 113

- 图表 124 文登第逸电子有限公司概况 113
- 图表 125 2008-2009年文登第逸电子有限公司主要经济指标 114
- 图表 126 2008-2009年 文登第逸电子有限公司工业总产值及存货产成品指标表 114
- 图表 127 2008-2009年文登第逸电子有限公司利润指标表 114
- 图表 128 2008-2009年文登第逸电子有限公司盈利比率（能力）指标表 114
- 图表 129 2008-2009年文登第逸电子有限公司偿债能力指标表 115
- 图表 130 2008-2009年文登第逸电子有限公司偿债比率指标表 115
- 图表 131 2008-2009年文登第逸电子有限公司主营收入及各项成本指标表 115
- 图表 132 安悦电子(深圳)有限公司概况 115
- 图表 133 2008-2009年安悦电子(深圳)有限公司主要经济指标 116
- 图表 134 2008-2009年 安悦电子(深圳)有限公司工业总产值及存货产成品指标表 116
- 图表 135 2008-2009年安悦电子(深圳)有限公司利润指标表 116
- 图表 136 2008-2009年安悦电子(深圳)有限公司盈利比率（能力）指标表 116
- 图表 137 2008-2009年安悦电子(深圳)有限公司偿债能力指标表 117
- 图表 138 2008-2009年安悦电子(深圳)有限公司偿债比率指标表 117
- 图表 139 2008-2009年安悦电子(深圳)有限公司主营收入及各项成本指标表 117
- 图表 140 邦深电子（深圳）有限公司概况 117
- 图表 141 2008-2009年邦深电子（深圳）有限公司主要经济指标 118
- 图表 142 2008-2009年 邦深电子（深圳）有限公司工业总产值及存货产成品指标表 118
- 图表 143 2008-2009年邦深电子（深圳）有限公司利润指标表 118
- 图表 144 2008-2009年邦深电子（深圳）有限公司盈利比率（能力）指标表 118
- 图表 145 2008-2009年邦深电子（深圳）有限公司偿债能力指标表 119
- 图表 146 2008-2009年邦深电子（深圳）有限公司偿债比率指标表 119
- 图表 147 2008-2009年邦深电子（深圳）有限公司主营收入及各项成本指标表 119
- 图表 148 技术风险因素 121
- 图表 149 DMR主要参数 137
- 图表 150 DMR的业务 138
- 图表 151 DSRR的指标 139
- 图表 152 三种标准的语音编码和调制方式 140
- 图表 153 2011-2015年中国对讲机国内表观消费量预测 140
- 图表 154 2011-2015年中国对讲机产量预测 141
- 图表 155 2011-2015年中国对讲机进出口量预测 144
- 图表 156 2010-2015年中国中高端对讲机行业销售毛利率走势图 144

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201101/E19165U1JY.html>