

2016-2022年中国汽车音响市场格局与投资前景预测分析报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2016-2022年中国汽车音响市场格局与投资前景预测分析报告》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.chyxx.com/research/201509/345642.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

前言

随着全球汽车音响产业的转移和扩张，中国正成为全球汽车音响的主要生产基地和产业专业的主要承接地。据了解，国际品牌汽车音响企业中有八成已在中国投资建厂，全球六成的汽车音响产自中国。索尼、健伍和先锋在上海设厂，阿尔派在辽宁丹东设厂，西门子威迪欧在广东惠州设厂，JVC在广东番禺设厂，松下在辽宁大连设厂。而更有不计其数的品牌在国内的工厂中生产出来。同时也伴随着成长了一大批国内有实力的大型工厂。

中国汽车音响市场维持着较高的增长幅度，这既得益于汽车市场的高需求，也要归功于各大厂商将竞争重心由价格转向应用价值。但中小品牌的分化和普遍式微并未得到改善，竞争的马太效应加速驱使中国汽车音响市场走向集中和整合。从市场结构来看，中外汽车音响生产厂商各据半壁江山，竞争热点由整车配备市场转向零售后装市场，销售渠道多元化趋势明显，终端能力的重要性进一步凸显。

2014年中国汽车音响制造企业排名

序号	汽车音响制造企业
1	信华精机有限公司
2	深圳市漫步者科技股份有限公司
3	惠州市德赛西威汽车电子有限公司
4	太仓阿尔派电子有限公司
5	先锋高科技（上海）有限公司
6	上海建伍电子有限公司
7	惠州华阳通用电子有限公司
8	上海先锋电声器材有限公司
9	丹东阿尔卑斯电子有限公司
10	大连阿尔派电子有限公司

资料来源：智研数据中心整理

本汽车音响行业研究报告共十九章是智研咨询公司的研究成果，通过文字、图表向您详尽描述您所处的行业形势，为您提供详尽的内容。智研咨询在其多年的行业研究经验基础上建立起了完善的产业研究体系，一整套的产业研究方法一直在业内处于领先地位。本中国汽车音响行业研究报告是2014-2015年度，目前国内最全面、研究最为深入、数据资源最为强大的研究报告产品，为您的投资带来极大的参考价值。

本研究咨询报告由智研咨询公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、知识产权局、智研咨询提供的最新行业运行数据为基础，验证于与我们建立联系的全国科研机构、行业协会组织的权威统计资料。

报告揭示了中国汽车汽车音响行业市场潜在需求与市场机会，报告对中国汽车音响行业做了重点企业经营状况分析，并分析了中国汽车音响行业发展前景预测。为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

报告目录：

第一章 汽车音响行业基本概述

第一节 汽车音响概述

一、汽车音响的特点分析

二、汽车音响与家庭音响的不同

三、汽车音响的改装升级

四、汽车音响改装类型介绍

第二节 汽车音响的分类

一、按汽车出厂时的时间分

二、按汽车音响品牌的地域分

三、按汽车音响厂家生产专一性分

第三节 汽车音响的组成部分

一、主机

二、功放（功率放大器）

三、扬声器

四、其他部分

第二章 2014-2015年世界汽车音响行业运营状况分析

第一节 2014-2015年世界汽车音响行业发展环境分析

第二节 2014-2015年世界汽车音响行业市场格局

一、世界汽车音响发展概述

二、世界主要汽车音响的新技术

三、世界汽车音响市场发展动态分析

四、全球汽车音响产业转移态势分析

第三节 2014-2015年世界主要国家及地区汽车音响发展态势

一、欧洲

二、美国

三、日本

第四节 2016-2022年世界汽车音响行业发展趋势分析

第三章 2014-2015年世界汽车音响产品优势企业发展战略浅析

第一节 美国Rockford Fosgate

一、公司概况

二、公司经营情况分析

三、品牌竞争力分析

四、公司国际化战略发展分析

第二节 日本JVC

一、公司概况

二、公司经营情况

三、品牌及产品竞争优势分析

四、公司国际化战略发展分析

第三节 日本先锋音响公司

一、公司概况

二、公司经营情况

三、品牌及竞争优势分析

四、公司国际化战略发展分析

第四节 英国曼琴MACROM

一、公司概况

二、公司产品开发及经营情况

三、公司在华市场发展情况

四、品牌及产品竞争力分析

第五节 德国蓝宝

一、公司概况

二、公司在华市场发展动态分析

三、品牌及产品竞争力分析

四、公司国际化战略发展分析

第六节 法国FOCAL

一、公司概况

二、公司音响业务发展情况

三、公司技术竞争优势分析

第七节 美国HiVi惠威

一、公司概况

二、公司音响业务发展情况

三、公司汽车音响产品情况

第八节 瑞典DLS

一、公司概况

二、公司业务经营情况

三、品牌竞争力分析

第四章 2014-2015年中国汽车音响行业市场发展环境解析

第一节 2014-2015年中国宏观经济环境分析

一、中国GDP增长情况分析

二、中国工业经济发展形势分析

三、中国全社会固定资产投资分析

四、中国社会消费品零售总额分析

五、中国城乡居民收入与消费分析

六、中国对外贸易发展形势分析

七、中国宏观经济运行情况分析

第二节 2014-2015年中国汽车音响市场政策环境分析

一、汽车音响行业相关标准

二、中国汽车产业发展政策

三、中国汽车改装法规规定

四、《车载音频播放器技术条件》

第三节 2014-2015年中国汽车音响市场社会环境分析

一、人口环境分析

二、科技环境分析

三、生态环境分析

第五章 2014-2015年中国家用音响设备行业经济运行状况

第一节 2014-2015年中国家用音响设备行业发展分析

一、中国家用音响设备行业发展概况

二、中国家用音响设备行业发展概况

第二节 2014-2015年中国家用音响设备行业总体规模分析

一、中国家用音响设备行业企业规模分析

二、中国家用音响设备行业人员规模统计

三、中国家用音响设备行业资产规模分析

四、中国家用音响设备行业负债规模分析

五、中国家用音响设备行业市场规模分析

第三节 2014-2015年中国家用音响设备行业供需平衡分析

一、中国家用音响设备行业产成品分析

二、中国家用音响设备行业供给区域分布

三、中国家用音响设备行业销售产值分析

四、中国家用音响设备行业需求区域分布

第四节 2014-2015年中国家用音响设备行业投资状况分析

一、中国家用音响设备行业投资增长分析

二、中国家用音响设备行业投资区域分布

第五节 2014-2015年中国家用音响设备行业总体结构特征分析

一、中国家用音响设备行业经济类型结构

二、中国家用音响设备企业规模结构分析

三、中国家用音响设备行业区域结构特征

第六章 2014-2015年中国家用音响设备行业经济运行效益分析

第一节 2014-2015年中国家用音响设备行业获利能力分析

第二节 2014-2015年中国家用音响设备行业经营效益分析

- 一、中国家用音响设备行业偿债能力分析
- 二、中国家用音响设备行业盈利能力分析
- 三、中国家用音响设备行业毛利率分析
- 四、中国家用音响设备行业运营能力分析

第三节 2014-2015年中国家用音响设备行业成本费用分析

- 一、中国家用音响设备行业销售成本分析
- 二、中国家用音响设备行业销售费用分析
- 三、中国家用音响设备行业管理费用分析
- 四、中国家用音响设备行业财务费用分析

第七章 2014-2015年中国家用音响设备行业竞争结构分析

第一节 2014-2015年中国家用音响设备行业集中度分析

- 一、家用音响设备行业资产集中度分析
- 二、家用音响设备行业销售集中度分析
- 三、家用音响设备行业利润集中度分析

第二节 2014-2015年中国主要区域家用音响设备行业发展分析

- 一、华北地区家用音响设备行业发展情况
- 二、东北地区家用音响设备行业发展情况
- 三、华东地区家用音响设备行业发展情况
- 四、华中地区家用音响设备行业发展情况
- 五、华南地区家用音响设备行业发展情况
- 六、西部地区家用音响设备行业发展情况

第三节 2014-2015年中国重点省区家用音响设备行业发展分析

- 一、广东省家用音响设备行业发展分析
- 二、浙江省家用音响设备行业发展分析
- 三、江苏省家用音响设备行业发展分析
- 四、福建省家用音响设备行业发展分析
- 五、上海市家用音响设备行业发展分析

第八章 2014-2015年中国家用音响设备行业经济运行状况

第一节 2012-2014年中国家用音响设备行业发展分析

- 一、中国家用音响设备行业发展概况
- 二、2013年中国家用音响设备行业发展概况
- 三、2014年中国家用音响设备行业发展概况

第二节 2016-2022年中国家用音响设备行业规模分析

- 一、企业数量增长分析

二、资产规模增长分析

三、销售规模增长分析

四、利润规模增长分析

第三节 2016-2022年中国家用音响设备行业结构分析

一、企业数量结构分析

二、资产规模结构分析

三、销售规模结构分析

四、利润规模结构分析

第四节 2016-2022年中国家用音响设备行业成本费用分析

一、销售成本统计

二、主要费用统计

第五节 2016-2022年中国家用音响设备行业运营效益分析

一、偿债能力分析

二、盈利能力分析

三、运营能力分析

第九章 2014-2015年中国汽车音响行业市场运行态势剖析

第一节 2014-2015年中国汽车音响行业发展概况

一、中国汽车音响行业整体发展现状

二、中国汽车音响进入国际汽车产业链

三、世界汽车音响产业逐步转移到中国

四、中国汽车产业引领汽车音响迅速发展

五、汽车音响产业促进元器件产业发展

第二节 2014-2015年中国汽车音响行业发展动态分析

一、荷兰范登豪知名音响线材落户广州先歌

二、汽车音响改装“非常城市”登陆北京雅森展

三、中国首家jbl-飞歌汽车音响旗舰店揭幕

四、德安县亿元汽车音响项目试生产

第三节 2014-2015年中国汽车音响改装行业发展分析

一、汽车音响改装的原则分析

二、汽车音响改装市场的价位

三、汽车音响改装技术解析

四、汽车音响改装行业瓶颈分析

五、中国汽车音响改装发展方向

第四节 2014-2015年中国汽车音响产业发展中存在的问题分析

一、中国汽车音响行业存在的问题分析

二、中国中小汽车音响企业面临的困境

三、售后服务不完善严重制约行业发展

四、中国汽车音响行业缺乏强大自主品牌

第五节 2014-2015年中国汽车音响业的发展策略分析

一、加大资源整合，打造规模优势

二、加强汽车音响售后服务，满足个性化需求

三、打造汽车音响知名品牌，提升产品吸引力

第十章 2014-2015年中国汽车音响市场运行态势分析

第一节 2014-2015年中国汽车音响市场发展概况分析

一、中国汽车音响市场发展格局分析

二、汽车音响制造大国向技术强国转变

三、汽车音响市场消费及发展趋势分析

第二节 2014-2015年中国汽车音响市场品牌发展分析

一、自主品牌风潮刮进汽车音响领域

二、中小汽车音响品牌发展存在的问题

三、培育中国汽车音响市场策略分析

第三节 2014-2015年中国汽车音响市场消费者满意度分析

一、产品消费现状

二、消费者认知度

三、消费者信息渠道

四、消费者购买原因及参考因素

第十一章 2014-2015年中国汽车音响市场销售渠道分析

第一节 2014-2015年中国汽车用品销售渠道分析

一、汽车用品渠道经销商分析

二、汽车用品行业的宣传渠道概述

三、汽车用品业的4P营销组合分析

四、汽车用品行业连锁经营解析

五、汽车用品市场渠道策略分析

第二节 2014-2015年中国汽车用品4S店的营销模式分析

一、汽车用品4S店的经营状况

二、汽车用品店4S经营的优势

三、汽车用品经销商的4S店战略

四、汽车用品经销商利用4S店渠道案例

第三节 2014-2015年中国汽车音响营销分析

一、汽车音响市场营销行为亟待规范

二、汽车音响营销渠道存在病变

三、未来汽车音响终端营销新模式分析

四、雷诺汽车音响营销新模式值得借鉴

第十二章 2014-2015年中国汽车音响行业竞争态势分析

第一节 2014-2015年国外企业抢占中国市场的形势分析

一、外资品牌强势进入中国汽车音响市场

二、外企争相抢食中国汽车音响市场份额

三、飞利浦汽车音响正式进军4S店

四、日本澳德巴克斯中国市场之路

第二节 2014-2015年中国汽车音响市场竞争现状分析

一、汽车音响参与国际竞争要点

二、汽车音响企业资源整合状况

三、汽车音响市场国内品牌占有率提升

四、汽车音响企业一体机同质竞争分析

第三节 2014-2015年中国汽车音响竞争策略分析

一、汽车音响营销策略分析

二、国产汽车音响多品牌战略

三、汽车音响企业单一品牌战略

第四节 2016-2022年中国汽车音响行业竞争趋势分析

第十三章 2014-2015年中国机动车辆用其他电气音响信号装置(85123019)进出口状况分析

第一节 2014-2015年中国机动车辆用其他电气音响信号装置进口分析

一、机动车辆用其他电气音响信号装置进口数量情况

二、机动车辆用其他电气音响信号装置进口金额情况

第二节 2014-2015年中国机动车辆用其他电气音响信号装置出口分析

一、机动车辆用其他电气音响信号装置出口数量情况

二、机动车辆用其他电气音响信号装置出口金额情况

第三节 2014-2015年中国机动车辆用其他电气音响信号装置进出口均价分析

第四节 2014-2015年中国机动车辆用其他电气音响信号装置进出口流向分析

一、机动车辆用其他电气音响信号装置进口来源地情况

二、机动车辆用其他电气音响信号装置出口流向情况

第五节 2014-2015年主要省市机动车辆用其他电气音响信号装置进出口分析

一、机动车辆用其他电气音响信号装置进口省市情况

二、机动车辆用其他电气音响信号装置出口省市情况

第十四章 2014-2015年中国汽车音响主要组成部分发展情况分析

第一节 主机

一、主机的细分

二、主机的参数

三、主机的主要技术

四、中国汽车音响主机市场现状分析

第二节 功放

一、功放主要性能指标

二、功放的分类

三、功放的基本设置功能

四、中国汽车音响功放IC市场需求扩大

第三节 扬声器

一、扬声器的特征

二、扬声器的种类

三、扬声器的主要指标

四、中国汽车扬声器市场现状分析

第十五章 2014-2015年中国汽车用品行业运行形势分析

第一节 2014-2015年中国汽车用品行业运行总况

一、汽车用品的品牌与连锁分析

二、汽车用品市场价格竞争分析

三、汽车用品网络销售渠道分析

四、中国汽车用品超市发展优势

五、汽车用品市场广告投放策略

第二节 2014-2015年中国汽车用品市场发展状况

一、改装市场对汽车用品市场影响

二、汽车用品市场发展现状分析

三、汽车用品市场需求规模分析

四、女性汽车用品市场发展分析

五、纺织汽车用品市场发展情况

六、汽车用品区域分布

第三节 2014-2015年中国主要地区汽车用品交易市场分析

一、北京主要汽车用品市场简况

二、广州汽车用品行业发展状况

三、山东主要汽车用品市场分析

四、沈阳汽车用品行业整体状况

五、浙江汽车用品行业整体状况

第四节 未来中国汽车用品行业发展方向与趋势分析

一、中国汽车用品行业蕴藏商机

二、汽车用品市场格局及发展趋势

第十六章 2014-2015年中国汽车工业的发展现状分析

第一节 中国汽车工业发展总体概况

一、中国汽车产业的发展阶段及特点

二、中国成为世界最主要的汽车大国

三、中国汽车产业国际化进程概述

四、中国汽车产业推进国际化基础

五、中国汽车企业谋求新的发展模式

第二节 2014-2015年中国汽车销售情况分析

一、中国汽车保有量情况分析

二、中国汽车市场总体产销情况

三、中国汽车行业经济运行情况

四、中国汽车工业运行形势分析

五、前十位轿车品牌销量情况

六、中国主要地区客车销售状况

第三节 2014-2015年中国汽车市场价格变化分析

一、中国汽车市场价格走势分析

二、中国汽车市场价格变化浅析

三、国内汽车市场价格变化分析

四、中国汽车市场价格预测分析

第四节 2014-2015年中国汽车行业存在的问题

一、中国汽车产业亟待解决的问题

二、汽车行业遭受外资“全产业链”布局

三、中国汽车行业管理亟需改进

四、中国汽车行业“大而不强”

五、中国汽车行业信息化不足

第五节 2014-2015年中国汽车行业发展策略分析

一、中国汽车行业品牌国际化的对策

二、促进国内汽车产业健康发展战略

三、中国汽车行业信息化发展策略

四、中国汽车产业竞争力提升策略

五、汽车工业可持续发展战略措施

第十七章 2014-2015年中国汽车音响重点企业竞争力分析

第一节 西门子威迪欧汽车电子(惠州)有限公司

- 一、公司基本情况
- 二、企业主要经济指标
- 三、企业偿债能力分析
- 四、企业盈利能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成本费用分析

第二节 朝阳电子（深圳）有限公司

- 一、公司基本情况
- 二、企业主要经济指标
- 三、企业偿债能力分析
- 四、企业盈利能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成本费用分析

第三节 惠州华阳通用电子有限公司

- 一、公司基本情况
- 二、企业主要经济指标
- 三、企业偿债能力分析
- 四、企业盈利能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成本费用分析

第四节 厦门建松电器有限公司

- 一、公司基本情况
- 二、企业主要经济指标
- 三、企业偿债能力分析
- 四、企业盈利能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成本费用分析

第五节 信创基电子(深圳)有限公司

- 一、公司基本情况
- 二、企业主要经济指标
- 三、企业偿债能力分析
- 四、企业盈利能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成本费用分析

第六节 先锋电子科技(上海)有限公司

- 一、公司基本情况
- 二、企业主要经济指标
- 三、企业偿债能力分析
- 四、企业盈利能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成本费用分析

第七节 丹东阿尔卑斯电子有限公司

- 一、公司基本情况
- 二、企业主要经济指标
- 三、企业偿债能力分析
- 四、企业盈利能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成本费用分析

第八节 德尔福电子（苏州）有限公司

- 一、公司基本情况
- 二、企业主要经济指标
- 三、企业偿债能力分析
- 四、企业盈利能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成本费用分析

第九节 江苏天宝汽车电子有限公司

- 一、公司基本情况
- 二、企业主要经济指标
- 三、企业偿债能力分析
- 四、企业盈利能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成本费用分析

第十节 深圳市宝凌电子股份有限公司

- 一、公司基本情况
- 二、企业主要经济指标
- 三、企业偿债能力分析
- 四、企业盈利能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成本费用分析

第十一节 文登创达电子有限公司

- 一、公司基本情况
- 二、企业主要经济指标
- 三、企业偿债能力分析
- 四、企业盈利能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成本费用分析

第十二节 现代高新电子（天津）有限公司

- 一、公司基本情况
- 二、企业主要经济指标
- 三、企业偿债能力分析
- 四、企业盈利能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成本费用分析

第十三节 肇庆市万亚电子科技有限公司

- 一、公司基本情况
- 二、企业主要经济指标
- 三、企业偿债能力分析
- 四、企业盈利能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成本费用分析

第十四节 北京爱德发科技有限公司

- 一、公司基本情况
- 二、企业主要经济指标
- 三、企业偿债能力分析
- 四、企业盈利能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成本费用分析

第十五节 深圳市航盛电子股份有限公司

- 一、公司基本情况
- 二、企业主要经济指标
- 三、企业偿债能力分析
- 四、企业盈利能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成本费用分析

第十八章 2016-2022年中国汽车音响行业发展趋势与前景展望

第一节2016-2022年中国汽车音响行业发展前景分析

第二节 2016-2022年中国汽车音响发展趋势分析

- 一、竞争态势将更加激烈
- 二、产品专业化分工将日益明显
- 三、生产技术将不断升级
- 四、渠道争夺战将更为激烈

第三节 2016-2022年中国汽车音响业技术发展走向分析

- 一、汽车音响的发展走向
- 二、数码与传统的融合
- 三、汽车音响功能越来越多元
- 四、汽车音响技术的发展趋势

第四节 2016-2022年中国汽车音响行业市场预测分析

- 一、音响设备行业市场规模预测
- 二、汽车音响市场销量预测分析
- 三、汽车音响市场规模预测分析

第十九章 2016-2022年中国汽车音响行业投资机会与风险分析

第一节2016-2022年中国汽车音响行业投资环境分析

- 一、中国经济发展形势预测分析
- 二、汽车市场增长为汽车音响提供广阔空间

第二节 2016-2022年中国汽车音响行业投资风险分析

- 一、宏观调控风险
- 二、市场竞争风险
- 三、原料市场风险
- 四、技术风险分析

第三节 2016-2022年中国汽车音响市场发展策略分析

- 一、加强汽车音响产品技术研发提升核心竞争能力
- 二、厂家应重视汽车音响后装市场尤其是OES市场的竞争
- 三、细分市场采取不同经营战略

第四节 2016-2022年中国汽车音响行业投资策略及建议 (ZYCSM)

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201509/345642.html>