

2016-2022年中国汽车音响 市场深度分析与前景展望研究报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2016-2022年中国汽车音响市场深度分析与前景展望研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.abaogao.com/b/jixie/006189YF0Y.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

汽车音响为减轻驾驶员和乘员旅行中的枯燥感而设置的收放音装置。最早使用的是汽车调幅收音机，后来是调幅调频收音机、磁带放音机，发展至CD放音机和兼容DCC、DAT数码音响。现在汽车音响无论在音色、操作和防振等各方面均达到了较高的标准，能应付汽车在崎岖的道路上颠簸，保证性能的稳定和音质的完美。

智研数据研究中心发布的《2016-2022年中国汽车音响市场深度分析与前景展望研究报告》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研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一，具有重要的参考价值！

智研数据研究中心是国内权威的市场调查、行业分析专家，主要服务有市场调查报告，行业分析报告，投资发展报告，市场研究报告,市场分析报告,行业研究报告,行业调查报告,投资数据报告,投资情报，免费报告,行业数据,数据等，是中国知名的研究报告提供商。

报告目录：

第1章：中国汽车音响行业发展综述

1.1 汽车音响行业定义及分类

1.1.1 行业概念及定义

1.1.2 行业主要产品大类

1.1.3 行业在国民经济中的地位

1.2 汽车音响行业供应链分析

1.2.1 汽车音响行业上下游产业链简介

1.2.2 汽车音响行业下游产业链分析

(1) 中国汽车行业产销分析

(2) 汽车维修保养市场分析

(3) 汽车整车配套市场分析

(4) 汽车音响改装市场分析

1.2.3 汽车音响行业上游供应链分析

(1) 模拟器件市场分析

(2) 电容器市场分析

- (3) 连接器市场分析
- (4) 石英晶体元器件市场分析
- (5) 滤波器市场分析
- (6) 逻辑器件市场分析
- (7) 存储器市场分析
- (8) PCB市场分析
- (9) 电阻市场分析
- (10) 晶体管市场分析

第2章：汽车音响行业发展环境分析

2.1 行业政策环境分析

2.1.1 行业相关政策动向

2.1.2 汽车音响行业发展规划

2.2 行业经济环境分析

2.2.1 国际宏观经济环境分析

2.2.2 国内宏观经济环境分析

2.2.3 行业宏观经济环境分析

2.3 行业需求环境分析

2.3.1 行业需求特征分析

- (1) 汽车音响市场需求规模
- (2) 汽车音响市场产品需求结构
- (3) 汽车音响改装市场的需求情况
- (4) 汽车音响市场需求偏好分析

2.3.2 行业需求趋势分析

2.4 行业贸易环境分析

2.4.1 行业贸易环境发展现状

2.4.2 行业贸易环境发展趋势

第3章：2015年汽车音响需求产业发展分析

3.1 2015年汽车整车制造行业运营状况分析

3.1.1 汽车整车制造行业规模分析

3.1.2 汽车整车制造行业生产情况

- 3.1.3 汽车整车制造行业需求情况
- 3.1.4 汽车整车制造行业供求平衡情况
- 3.1.5 汽车整车制造行业财务运营情况
- 3.1.6 汽车整车制造行业运行特点及趋势分析
- 3.2 2014年改装汽车制造行业运营状况分析
 - 3.2.1 改装汽车制造行业规模分析
 - 3.2.2 改装汽车制造行业生产情况
 - 3.2.3 改装汽车制造行业需求情况
 - 3.2.4 改装汽车制造行业供求平衡情况
 - 3.2.5 改装汽车制造行业财务运营情况
 - 3.2.6 改装汽车制造行业运行特点及趋势分析
- 3.3 2015年汽车修理行业运营状况分析
 - 3.3.1 汽车修理行业规模分析
 - 3.3.2 汽车修理行业生产情况
 - 3.3.3 汽车修理行业需求情况
 - 3.3.4 汽车修理行业供求平衡情况
 - 3.3.5 汽车修理行业财务运营情况
 - 3.3.6 汽车修理行业运行特点及趋势分析

第4章：汽车音响行业产品市场发展分析

- 4.1 汽车音响行业产品市场现状分析
 - 4.1.1 汽车音响产品市场规模分析
 - 4.1.2 日系品牌市场占有率情况
 - 4.1.3 欧美品牌市场占有率情况
 - 4.1.4 本土品牌市场占有率情况
- 4.2 汽车音响国产品牌发展现状分析
 - 4.2.1 国产品牌发展状况及特点
 - 4.2.2 国内市场主要国产品牌分析
 - 4.2.3 国产品牌产品存在的缺陷分析
 - 4.2.4 国内汽车音响企业的竞争优势分析
 - 4.2.5 国产品牌发展中存在的问题分析
 - 4.2.6 汽车音响国产品牌发展策略分析

4.3 国内外汽车音响产品技术差别分析

4.3.1 国内汽车音响产品技术与国外的差距

4.3.2 造成国内与国外产品差距的主要原因

4.4 汽车音响市场及产品技术趋势分析

4.4.1 汽车音响市场发展的困难与阻力

4.4.2 中国汽车音响市场未来发展趋势

4.4.3 国际汽车音响新技术发展趋势

4.4.4 国内汽车音响新技术发展趋势

第5章：汽车音响行业市场竞争状况分析

5.1 汽车音响行业市场竞争总体状况

5.2 汽车音响行业国际市场竞争分析

5.2.1 国际汽车音响市场发展分析

5.2.2 国际汽车音响市场竞争分析

5.2.3 国际汽车音响市场发展趋势

5.2.4 国际主要汽车音响跨国公司经营分析

(1) 日本先锋 (Pioneer)

1) 日本先锋经营情况

2) 日本先锋在华布局

(2) 英国曼琴 (Macrom)

1) 英国曼琴经营情况

2) 英国曼琴在华布局

(3) 日本阿尔派 (Alpine)

1) 日本阿尔派经营情况

2) 日本阿尔派在华布局

(4) 日本胜利者公司 (JVC)

1) 日本胜利者经营情况

2) 日本胜利者在华布局

(5) 日本歌乐 (Clarion)

1) 日本歌乐经营情况

2) 日本歌乐在华布局

(6) 美国来福 (Rockford Fosgate)

- 1) 美国来福经营情况
 - 2) 美国来福在华布局
 - (7) 瑞典 (DLS)
 - 1) 瑞典 (DLS) 经营情况
 - 2) 瑞典 (DLS) 在华布局
 - (8) 丹麦丹拿 (Dynaudio)
 - 1) 丹麦丹拿经营情况
 - 2) 丹麦丹拿在华布局
 - (9) 法国劲浪 (FOCAL)
 - 1) 法国劲浪经营情况
 - 2) 法国劲浪在华布局
 - (10) 德国蓝宝 (BLAUPUNKT)
 - 1) 德国蓝宝经营情况
 - 2) 德国蓝宝在华布局
 - (11) 美国哈曼国际 (Harman International)
 - 1) 美国哈曼国际经营情况
 - 2) 美国哈曼国际在华布局
- 5.2.5 跨国公司在中国的竞争策略分析
- 5.2.6 国外汽车音响公司在华业务动向
- 5.3 行业国内市场竞争状况分析
- 5.3.1 国内汽车音响行业竞争格局分析
- (1) 行业企业之间的竞争分析
 - (2) 与潜在进入者的竞争分析
 - (3) 潜在替代产品的竞争分析
 - (4) 原料供应商的议价能力分析
 - (5) 产品购买者的议价能力分析
- 5.3.2 汽车音响OEM市场竞争分析
- (1) 汽车整车企业采购策略
 - (2) 汽车零部件企业发展对策
 - (3) 汽车音响OEM市场的发展和规模
- 5.3.3 国内汽车音响企业竞争策略分析
- 5.3.4 国内汽车音响行业潜在威胁分析

5.4 行业投资兼并与重组整合分析

5.4.1 汽车音响行业投资兼并与重组整合概况

5.4.2 国际汽车音响企业投资兼并与重组整合

5.4.3 国内汽车音响企业投资兼并与重组整合

第6章：汽车音响行业产品市场及营销策略分析

6.1 行业产品市场发展分析

6.1.1 行业产品市场发展概况

6.1.2 主机产品市场分析

6.1.3 功率放大器市场分析

6.1.4 扬声器市场分析

6.1.5 其他声音设备及附件市场分析

6.2 行业产品消费者需求分析

6.2.1 行业产品结构特征分析

6.2.2 汽车音响消费者需求特征分析

6.2.3 消费者对汽车音响价格要求分析

6.3 行业产品销售渠道与策略分析

6.3.1 行业产品销售渠道模式分析

(1) 产品批发及其渠道分析

(2) 产品零售及其渠道分析

6.3.2 行业产品销售渠道存在的问题

6.3.3 汽车音响行业产品营销策略分析

(1) 品牌营销策略分析

(2) 渠道多样化下的多品牌策略

1) 多品牌策略的优势分析

2) 多品牌策略的劣势分析

(3) 单一品牌策略分析

6.3.4 汽车音响市场推广策略分析

(1) 产品推广终端建设分析

(2) 产品促销和推广会分析

(3) 数字传媒广告推广分析

(4) 平面媒体广告推广分析

(5) 主要品牌广告投放分析

第7章：汽车音响行业主要企业经营情况分析

7.1 信华精机有限公司经营情况分析

7.1.1 企业发展简况分析

7.1.2 企业产销能力分析

7.1.3 企业盈利能力分析

7.1.4 企业运营能力分析

7.1.5 企业偿债能力分析

7.1.6 企业发展能力分析

7.1.7 企业组织架构分析

7.1.8 企业产品结构及新产品动向

7.1.9 企业销售渠道与网络

7.1.10 企业经营状况优劣势分析

7.1.11 企业最新发展动向分析

7.2 深圳市漫步者科技股份有限公司经营情况分析

7.2.1 企业发展简况分析

7.2.2 主要经济指标分析

7.2.3 企业盈利能力分析

7.2.4 企业运营能力分析

7.2.5 企业偿债能力分析

7.2.6 企业发展能力分析

7.2.7 企业组织架构分析

7.2.8 企业产品结构及新产品动向

7.2.9 企业销售渠道与网络

7.2.10 企业经营状况优劣势分析

7.2.11 企业最新发展动向分析

7.3 惠州市德赛西威汽车电子有限公司经营情况分析

7.3.1 企业发展简况分析

7.3.2 企业产销能力分析

7.3.3 企业盈利能力分析

7.3.4 企业运营能力分析

- 7.3.5 企业偿债能力分析
 - 7.3.6 企业发展能力分析
 - 7.3.7 企业产品结构及新产品动向
 - 7.3.8 企业销售渠道与网络
 - 7.3.9 企业经营状况优劣势分析
 - 7.3.10 企业最新发展动向分析
 - 7.4 太仓阿尔派电子有限公司经营情况分析
 - 7.4.1 企业发展简况分析
 - 7.4.2 企业产销能力分析
 - 7.4.3 企业盈利能力分析
 - 7.4.4 企业运营能力分析
 - 7.4.5 企业偿债能力分析
 - 7.4.6 企业发展能力分析
 - 7.4.7 企业产品结构及新产品动向
 - 7.4.8 企业销售渠道与网络
 - 7.4.9 企业经营状况优劣势分析
 - 7.4.10 企业最新发展动向分析
 - 7.5 先锋高科技（上海）有限公司经营情况分析
 - 7.5.1 企业发展简况分析
 - 7.5.2 企业产销能力分析
 - 7.5.3 企业盈利能力分析
 - 7.5.4 企业运营能力分析
 - 7.5.5 企业偿债能力分析
 - 7.5.6 企业发展能力分析
 - 7.5.7 企业产品结构及新产品动向
 - 7.5.8 企业销售渠道与网络
 - 7.5.9 企业经营状况优劣势分析
 - 7.5.10 企业最新发展动向分析
- ……另有25家企业分析。

第8章：汽车音响行业发展趋势分析与预测

8.1 中国汽车音响市场发展趋势

8.1.1 中国汽车音响市场发展趋势分析

8.1.2 中国汽车音响市场发展前景预测

8.2 汽车音响行业投资特性分析

8.2.1 汽车音响行业进入壁垒分析

8.2.2 汽车音响行业盈利模式分析

8.2.3 汽车音响行业盈利因素分析

8.3 中国汽车音响行业投资建议

8.3.1 汽车音响行业投资风险分析

8.3.2 汽车音响行业投资建议

图表目录：

图表1：车企汽车销量排行Top10（单位：万辆）

图表2：乘用车生产企业销量排行Top10（单位：万辆，%）

图表3：商用车生产企业销量排行Top10（单位：万辆，%）

图表4：2011-2015年美国新增非农就业走势图（单位：千人，%）

图表5：2011-2015年美国新增非农就业与失业率（单位：千人，%）

图表6：2001-2014年美国PMI指数

图表7：2014年美国制造业PMI八个分项指数

图表8：2014年美国服务业PMI指数

图表9：2011-2015年欧元区CPI同比增长情况（单位：%）

图表10：2011-2015年欧元区制造业指数

图表11：2013-2015年法意德制造业指数

图表12：2014年日本PMI指数均值

图表13：2011-2015年日本制造业和服务业PMI指数

图表14：2011-2015年马来西亚CPI同比、环比情况（单位：%）

图表15：2014年台湾货币总计数较上年同期变动百分比（单位：%）

图表16：2007-2010年韩国进出口同比情况（单位：%）

图表17：中国国内生产总值及其增长速度（单位：亿元，%）

图表18：2001-2014年中国GDP同比增速走势（单位：%）

图表19：2008-2014年中国三产业GDP累计同比走势（单位：%）

图表20：2007-2010年中国投资、出口和消费累计同比增速对比（单位：%）

图表21：2013-2015年工业增加值增长变化（单位：%）

图表22：中国粮食产量及其增长速度（单位：万吨，%）

图表23：中国城镇固定资产投资增长速度（单位：%）

图表24：中国全社会固定资产投资及其增长速度（单位：亿元，%）

图表25：2011-2015年中国基础设施、房地产及制造业固定资产投资累计同比增速（单位：%）

图表26：2011-2015年中国社会消费品零售总额同比增速（单位：%）

图表27：2004-2014年城镇居民人均可支配收入和农村居民人均现金收入同比增速（单位：%）

图表28：中国货物进出口总额及其增长速度（单位：亿美元，%）

图表29：中国货物进出口总额（单位：亿美元）

图表30：2008-2014年中国出口金额及其同比增速（单位：亿美元，%）

图表31：2008-2014年中国进口金额及其同比增速（单位：亿美元，%）

图表32：2013-2015年中国对主要经济体的出口增速（单位：%）

图表33：全部金融机构本外币存贷款及其增长速度（单位：亿元，%）

图表34：中国城乡居民人民币储蓄存款余额及其增长速度（单位：亿元，%）

图表35：2001-2014年中国货币供应量增长情况（单位：%）

图表36：2001-2014年中国货币贷款量增长情况（单位：%）

图表37：2011-2015年存款准备金率历次调整一览表（单位：%）

图表38：2013-2015年中国制造业采购经理指数走势图

图表39：部分汽车厂商现有产能、2012年销量及2014年产能规划（单位：万辆）

图表40：2011-2015年汽车整车制造行业企业数量、从业人数变化情况（单位：个，人）

图表41：2011-2015年汽车整车制造行业资产负债规模及增长率变化情况（单位：万元，%）

图表42：2011-2015年汽车整车制造行业资产负债规模变化趋势图（单位：亿元，%）

图表43：2011-2015年汽车整车制造行业工业总产值变化情况（单位：万元，%）

图表44：2011-2015年汽车整车制造行业工业总产值趋势图（单位：亿元，%）

图表45：2011-2015年汽车整车制造行业销售收入变化情况（单位：万元，%）

图表46：2011-2015年汽车整车制造行业销售收入趋势图（单位：亿元，%）

图表47：2011-2015年汽车整车制造行业利润总额变化情况（单位：万元，%）

图表48：2011-2015年汽车整车制造行业利润总额趋势图（单位：亿元，%）

图表49：2008-2014年汽车整车制造行业产销率变化趋势图（单位：%）

图表50：2011-2015年汽车整车制造行业库存产成品变化情况（单位：万元，%）

图表51：2011-2015年汽车整车制造行业经营效益情况（单位：万元，个，%）

图表52：2011-2015年汽车整车制造行业主要财务指标比较（单位：%、次、倍）

图表53：2011-2015年改装汽车制造行业企业数量、从业人数变化情况（单位：个、人）

图表54：2011-2015年改装汽车制造行业资产负债规模及增长率变化情况（单位：万元、%）

图表55：2011-2015年改装汽车制造行业资产负债规模变化趋势图（单位：亿元、%）

图表56：2011-2015年改装汽车制造行业工业总产值变化情况（单位：万元、%）

图表57：2011-2015年改装汽车制造行业工业总产值趋势图（单位：亿元、%）

图表58：2011-2015年改装汽车制造行业销售收入变化情况（单位：万元、%）

图表59：2011-2015年改装汽车制造行业销售收入趋势图（单位：亿元、%）

图表60：2011-2015年改装汽车制造行业利润总额变化情况（单位：万元、%）

图表61：2011-2015年改装汽车制造行业利润总额趋势图（单位：亿元、%）

图表62：2011-2015年改装汽车制造行业产销率变化趋势图（单位：%）

图表63：2011-2015年改装汽车制造行业库存产成品变化情况（单位：万元、%）

图表64：2011-2015年改装汽车制造行业经营效益情况（单位：万元、个、%）

图表65：2011-2015年改装汽车制造行业主要财务指标比较（单位：%、次、倍）

图表66：2011-2015年汽车修理行业企业数量、从业人数变化情况（单位：个、人）

图表67：2011-2015年汽车修理行业资产负债规模及增长率变化情况（单位：万元、%）

图表68：2011-2015年汽车修理行业资产负债规模变化趋势图（单位：亿元、%）

图表69：2011-2015年汽车修理行业工业总产值变化情况（单位：万元、%）

图表70：2011-2015年汽车修理行业工业总产值趋势图（单位：亿元、%）

图表71：2011-2015年汽车修理行业销售收入变化情况（单位：万元、%）

图表72：2011-2015年汽车修理行业销售收入趋势图（单位：亿元、%）

图表73：2011-2015年汽车修理行业利润总额变化情况（单位：万元、%）

图表74：2011-2015年汽车修理行业利润总额趋势图（单位：亿元、%）

图表75：2011-2015年汽车修理行业产销率变化趋势图（单位：%）

图表76：2011-2015年汽车修理行业库存产成品变化情况（单位：万元、%）

图表77：2011-2015年汽车修理行业经营效益情况（单位：万元、个、%）

图表78：2011-2015年汽车修理行业主要财务指标比较（单位：%、次、倍）

图表79：日本歌乐在华投资布局

图表80：中国汽车音响前装市场主要厂家及市场份额（按出货量）（单位：%）

图表81：企业竞争力“金字塔”层次体系

图表82：信华精机有限公司产销能力分析（单位：万元）

图表83：信华精机有限公司盈利能力分析（单位：%）

图表84：信华精机有限公司运营能力分析（单位：次）

图表85：信华精机有限公司偿债能力分析（单位：% ，倍）

图表86：信华精机有限公司发展能力分析（单位：%）

图表87：信华精机有限公司优劣势分析

图表88：深圳市漫步者科技股份有限公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图

图表89：深圳市漫步者科技股份有限公司主要经济指标分析（单位：万元）

图表90：深圳市漫步者科技股份有限公司主营业务分地区情况表（单位：万元，%）

图表91：深圳市漫步者科技股份有限公司盈利能力分析（单位：%）

图表92：深圳市漫步者科技股份有限公司主营业务分产品情况表（单位：万元，%）

图表93：深圳市漫步者科技股份有限公司运营能力分析（单位：次）

图表94：深圳市漫步者科技股份有限公司偿债能力分析（单位：% ，倍）

图表95：深圳市漫步者科技股份有限公司发展能力分析（单位：%）

图表96：深圳市漫步者科技股份有限公司组织架构

图表97：深圳市漫步者科技有限公司产品分类

图表98：深圳市漫步者科技股份有限公司的产品结构（单位：%）

图表99：深圳市漫步者科技股份有限公司产品销售区域分布（单位：%）

图表100：深圳市漫步者科技股份有限公司优劣势分析

图表101：惠州市德赛西威汽车电子有限公司产销能力分析（单位：万元）

图表102：惠州市德赛西威汽车电子有限公司盈利能力分析（单位：%）

图表103：惠州市德赛西威汽车电子有限公司运营能力分析（单位：次）

图表104：惠州市德赛西威汽车电子有限公司偿债能力分析（单位：% ，倍）

图表105：惠州市德赛西威汽车电子有限公司发展能力分析（单位：%）

图表106：惠州市德赛西威汽车电子有限公司优劣势分析

图表107：太仓阿尔派电子有限公司产销能力分析（单位：万元）

图表108：太仓阿尔派电子有限公司盈利能力分析（单位：%）

图表109：太仓阿尔派电子有限公司运营能力分析（单位：次）

图表110：太仓阿尔派电子有限公司偿债能力分析（单位：% ，倍）

图表111：太仓阿尔派电子有限公司发展能力分析（单位：%）

图表112：太仓阿尔派电子有限公司优劣势分析

图表113：先锋高科技（上海）有限公司产销能力分析（单位：万元）

图表114：先锋高科技（上海）有限公司盈利能力分析（单位：%）

图表115：先锋高科技（上海）有限公司运营能力分析（单位：次）

图表116：先锋高科技（上海）有限公司偿债能力分析（单位：% ， 倍）

图表117：先锋高科技（上海）有限公司发展能力分析（单位：%）

图表118：先锋高科技（上海）有限公司优劣势分析

图表119：上海建伍电子有限公司产销能力分析（单位：万元）

图表120：上海建伍电子有限公司盈利能力分析（单位：%）

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/jixie/006189YF0Y.html>