

2017-2022年中国专业音响 市场竞争趋势及前景策略分析报告

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

《2017-2022年中国专业音响市场竞争趋势及前景策略分析报告》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/tongxun/5591657T7W.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

音响是指除了人的语言、音乐之外的其他声响，包括自然环境的声响、动物的声音、机器工具的音响、人的动作发出的各种声音等。音响大概包括功放、周边设备（包括压限器、效果器、均衡器、VCD、DVD等）、扬声器（音箱、喇叭）调音台、麦克风、显示设备等等加起来一套。据统计，经过多年的发展，2011年我国专业音响灯光行业的市场规模已经超过365亿元，增长率在11%以上。

2015年10月我国音响产量为889.94万台，同比下降18.91%。

2015-2016年我国音响产量统计表

| -日期 | 音响：产量(万台) | -当月同比(%) | 当月值 | 2015年10月 | 889.94 | -18.91 | 2015年9月 | 1,048.06 | -16.59 | 2015年8月 | 896.51 | -26.46 | 2015年7月 | 844.56 | -17.35 | 2015年6月 | 790.01 | -20.35 | 2015年5月 | 787.99 | -22.77 | 2015年4月 | 773.55 | -22.04 | 2015年3月 | 929.8 | -0.65 | 2014年12月 | 1,093.17 | -2.7 | 2014年11月 | 1,078.70 | 4.91 | 2014年10月 | 1,231.89 | 12.89 | 2014年9月 | 1,392.12 | 7.23 | 2014年8月 | 1,310.45 | 7.08 | 2014年7月 | 1,086.11 | -4.92 | 2014年6月 | 1,047.03 | 2.65 | 2014年5月 | 1,009.35 | -0.09 | 2014年4月 | 975.33 | -2.7 | 2014年3月 | 1,008.04 |
|-----|-----------|----------|-----|----------|--------|--------|---------|----------|--------|---------|--------|--------|---------|--------|--------|---------|--------|--------|---------|--------|--------|---------|--------|--------|---------|-------|-------|----------|----------|------|----------|----------|------|----------|----------|-------|---------|----------|------|---------|----------|------|---------|----------|-------|---------|----------|------|---------|----------|-------|---------|--------|------|---------|----------|
|-----|-----------|----------|-----|----------|--------|--------|---------|----------|--------|---------|--------|--------|---------|--------|--------|---------|--------|--------|---------|--------|--------|---------|--------|--------|---------|-------|-------|----------|----------|------|----------|----------|------|----------|----------|-------|---------|----------|------|---------|----------|------|---------|----------|-------|---------|----------|------|---------|----------|-------|---------|--------|------|---------|----------|

2.62 资料来源：公开资料整理

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国专业音响市场竞争趋势及前景策略分析报告》共十三章。首先介绍了专业音响行业市场发展环境、专业音响整体运行态势等，接着分析了专业音响行业市场运行的现状，然后介绍了专业音响市场竞争格局。随后，报告对专业音响做了重点企业经营状况分析，最后分析了专业音响行业发展趋势与投资预测。您若想对专业音响产业有个系统的了解或者想投资专业音响行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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 2014-2016年世界专业音响产业运行动态分析

第一节 2014-2016年世界专业音响产业发展概述

一、世界功放排名

二、世界专业音响市场供需分析

三、世界专业音响竞争分析

四、世界著名专业音响品牌汇总

2016年世界音响十大品牌企业排名 序列 公司名称 基本情况介绍 1 B&W

B&W(Bowers & Wilkins)公司的创办人John Bowers终其一生为追求音乐的忠实还原而不断努力。1966年，John与挚友Peter Hayward创办了B&W公司，次年推出第一款喇叭P1(Professional)。他们过着简朴的生活并把大部分利润再投资于研究发展，以求早日创造一个完美的音箱。直至今在300系列以上所有产品均产自B&W的英国工厂。当时，业界中基本的线圈及电路知识很普及；但对音箱与周边环境的相互影响却不了解，并对音盆运动情况所知不多。直至John投资发展以雷射观察音盆振动，音盆动作的规律方被透彻理解。1974年，著名的DM6研制成功，而KevlarR防弹纤维首次被应用作音盆物料。随后的DM7则开

始B&W著名的顶置式高音设计。 2 Dynaudio丹拿 DYNAUDIO(丹拿)公司于1977年在丹麦成立。大概30年前，在丹麦的一个小镇Skanderborg，一群对音乐有着同共热爱的工程师最终得出一个结论：即使当时最好的扬声器都无法不带音染地真实重播音乐。于是，为了改变这个状况，他们成立了一家新的公司：丹拿。在他们的细心研发取得突破性发展的基础上，丹拿的工程师队伍雄心勃勃地开始创造全新一代的扬声器。他们的努力成就了革命性的技术进步，这些至今仍是丹拿扬声器出类拔萃的优质表现的基础。这些技术革新(例如丹拿指向性控制技术- DDC)使丹拿扬声器成为全世界声音质量的参考标准，多年来，许多丹拿扬声器型号也成为了音乐发烧友心中的经典：成为真正的音乐爱好者心中真正的扬声器传奇。

3 JBL JBL是全球最大的专业扬声器生产商，从原材料开发、喇叭单元的设计和生产、音箱的设计和生产一切都能全盘控制在自己的手中。JBL音箱的服务范围非常广泛，在专业领域上包括了电影院、大型音响工程、大型流动演出、录音室监听、乐队用的音响，以至娱乐场所如迪士科、歌舞厅、卡拉OK、酒吧……民用方面，从最高级的发烧音响，以至目前最流行的家庭影院组合……到处都可以看到JBL的身影。JBL的创办人-----JAMES B LANSING(詹姆士.B.兰辛先生)，自1920年开始已经从事开发扬声器技术。1946年创业，建立了JBL公司。他英年早逝，但他一手创办的JBL公司历久不衰,50年来一直领导音响界，成为扬声器生产商之巨人。JBL在笔记本电脑从专一的音响发展到现在已经成为笔记本音响音效好坏的标准，可见JBL在音响技术的高超。

4 TANNOY天朗 英国天朗(TANNOY)，一个注定和音响发烧友有着某种姻缘的世界著名品牌，可谓是音响的文化、历史、科技进步的浓缩与写照。天朗的历史可追溯到上个世纪，即英国伦敦开始使用无线电广播不久的1926年。那是一个电子管收音机的灯丝电压还在采用低压直流供电的时代。而且一切使用电能的电器几乎都采用电池供电形式，所以需要经常充电的铅板式蓄电池被广为采用。天朗的创始人Guy R Fountain(天朗贵族系列GRF音箱的命名由此而来)，因采用钽(tantalum)和铅(lead

alloy) 两种金属而发明了可用于充电的整流器，继而在当时伦敦的DALTON路开设了一间小型工厂来专门加工生产这种整流器，其工厂的命名采用了两种金属英文的合并缩写即TANNOY，从而标志着天朗公司的最早雏型形成。在这间小加工厂成立不久，便立刻展开了研发以电磁线圈为激励的动圈式喇叭单元。由于喇叭单元生产规模的逐渐扩大，因而于1930年迁往于TULSMERE路的另一间更大的厂房。与此同时，天朗公司开始涉足生产公共广播系统设备。至此，天朗的音响系统生意业务日趋红火。在此期间，鉴于用以测量所制造出来的产品设备有更急切的需求，天朗开始成立一个专门设计生产测试器材的部门，以用于测试喇叭单元及放大器等音响器材。

5 现代HY Bose公司由美国麻省理工学院电子工程教授Amar G. Bose博士创建于1964年，是世界上最早的扬声器生产商之一，也是业内“原音重现技术”的革新者。早在1950年，还在麻省理工学院的攻读研究生的Amar G. Bose博士在一次偶然的发现中发现当时的扬声器并不能很好地传送真实自然的声音。对科学的满腔热情促使Amar G. Bose博士开始了对声音及心理声学的研究探索。通过对人类感觉还原、电子感觉还原的声音与电子仪器测量的声音之间的深入研究，Amar G. Bose博士发明了新的音频技术。1968年，Bose率先打破传统并摆脱巨型设计，发明了“直接/反射”扬声器，让您在房间的不同位置都能感受到自然和真实的立体声效果。该项发明在国际上广受赞誉，并以此建立了在业界的口碑。

6 KEF KEF 公司于1961年由Raymond Cooke MBE (1925—1995) 创办，总部最初设在肯特工程铸造厂(Kent Engineering & Foundry，KEF便是由此得名)的一间 Nissan 棚屋中，这是梅德韦(Medway)河沿岸的一家金属加工厂，位于肯特郡梅德斯通市附近。曾担任 BBC 电气工程师的Cooke酷爱尝试新材料、新技术的实验，其目标就是生产出声学品质卓越的产品，重现媲美原声演奏的自然音效。自问世之初，KEF 扬声器就凭借其开拓性的创新能力征服了业界，时至今日，已经历了数十年历练的KEF 仍然以其高性能的创新扬声器在全世界高保真发烧友中间备受推崇。KEF成立之初的关键设计理念即是用合成材料制造驱动单元的振动膜和边缘。KEF 的第一款扬声器设计(即三路 K1 型扬声器)采用了箔加固、真空成型的聚苯乙烯振动膜和极具革命性的 T15 高音单元，其振动膜乃用聚酯薄膜(美国将其称为 Mylar，欧洲称为 Hostophan)制成，这是一种最新的高强度聚酯薄膜。这些技术突破催生了多种新产品，其中不乏 Celeste 之类的佼佼者，这是一种具有里程碑意义的紧凑型两路设计，也是首款真正的小型高保真扬声器。这款扬声器在市场上大获成功，为羽翼未丰的KEF提供了有力的经济支持。

7 DALI达尼 达利音响制造(宁波)有限公司是丹麦著名音响制造商达尼在中国设立的子公司，公司成立于2007年，主要经营音响及其零部件的生产、销售。从成立伊始，每年营业额翻番。2009年开始，达利(宁波)接管多年以来由代理负责的中国市场，开始国内销售业务。今天的达利集多种职能于一体，是同行业的领先者。达尼音箱拥有卓越的品质，声音覆盖面广，能够在任何房间提供动人

的听音体验。达尼音箱之所以拥有如此卓越的性能，一个关键的因素就在于达尼独有的、其工程师与全球领先扬声器制造商的专家们密切合作从零开始设计的扬声器。凭借独一无二的扬声器技术，我们有能力设计并制造出让听众在听最喜欢的音乐的时候，完全达到艺术家们所希望达到的效果的音箱。为录制的音乐注入生命并营造一种“身临其境”之感，这让我们在怀着对表演者和听众的敬意之余，觉得无比满足。

8 Klipsch杰士 Klipsch公司由具有传奇色彩的音响工程师Paul W先生于1946年在美国创立。60年来，Klipsch音响技术产品就一直保持着良好品质及无可替代的地位。作为美国扬声器经典品牌之一，以良好的形象一直是美国发烧友的选择，并且受到全世界越来越多的高保真音响爱好者及家庭影院发烧友的推崇。由于Klipsch在技术上精益求精，它的产品遍及全球80多个国家，无论在家庭音响系统、电子领域、还是在专业的影院、商务设备应用方面都可以看到Klipsch的产品。Paul w.Klipsch先生拥有23项个人专利，是一位坚定的完美主义者，并被誉为“音响之父”。他于1946年创建了用自己姓名作为注册名称的公司，并同时推出Klipschorn(号角皇)。为表彰他50年坚持不懈的创新努力，Paul w.Klipsch先生被授予“工程及科学名人堂”成员称号，与托马斯·爱迪生及莱特兄弟等为人享有同等殊荣。《Audio》杂志的撰稿人Richard Heyster先生曾经说过：“Klipschorn(号角皇)及它的设计者Paul w.Klipsch先生可以说是高保真音响界中的传奇。Paul Klipsch还非常热爱音乐，尤其是喜欢在家中听交响乐，这影响到Paul Klipsch的设计风格，甚至带动了伟大的音响设备的变革。他是为艺术和真正的喜爱去做这件事的。”

9 ELAC意力 德国Elac公司，上海煜朗电子有限公司，世界音响知名品牌，始于1926年，世界领先的扬声器制造商，MM动磁式唱头的始创者，专注与产品的设计与研发，以扬声器久负盛名。德国ELAC拥有80多年的历史。从1908年开始，ELAC 就开始了声学的研究和产品开发，虽然经历了战争的破坏，但ELAC的执着研究从未间断，从最早的唱头、收音机乃至现今的扬声器。精致、准确的音色，澎湃的能量，最先进的技术，极佳的材质与工艺，严谨的品质，Bauhaus极简设计，这些都是ELAC区别于其他品牌的价值所在。对于世界各地的爱乐者而言，ELAC代表的就是最佳德国科技，我们所有产品在出厂之前均经过100%的严苛测试，ELAC也是世界上第一家通过ISO 14001认证的扬声器厂商。由于ELAC的高素质，ELAC产品被应用在高级家用、顶级跑车和航空制造等领域。

10 锐丰丹麦尊宝故事是1966年从一个丹麦渔村Glyngore的小木工棚开始的。一个年轻人PrebenJacobsen从他对木工的爱好开始，一步步建立起他的音响帝国。带着出众的木工手艺和追求最完美声音的热情，Preben开始设计和生产音箱的箱体，并通过学习声学的知识和技术开始手工制造音箱。1968年,就是在他制造出第一只音箱两年之后,Preben的姐夫Julius Mortensen加入了创业的团队，Julius主要负责产品的营销。同年,两人共同创建了尊宝:Jacobsen和Mortensen两人姓氏的前两个字母的组合———Jamo。自此，一个具有首创精神和

充满想象力的公司迈入世界。1970年，第一座真正的工厂在Glyngore落成。到了1994年，尊宝被正式承认为欧洲最大的音箱生产厂家。从创立之初，尊宝就把生产与众不同的音响产品作为自己的使命。它持续不断地把革新的声学技术与著名的丹麦设计相结合从而使尊宝成为世界上最有独特设计风格的音箱品牌之一。

第二节 2014-2016年世界专业音响产业主要国家分析

一、美国

二、意大利

三、英国

第三节 2017-2022年世界专业音响产业发展趋势分析

第二章 2014-2016年世界专业音响主要知名品牌透析

第一节 美国QSC

一、品牌基本概述

二、品牌在华市场销售分析

第二节 美国CROWN皇冠

第三节 日本AUDIO-TECHNICA铁三角

第四节 美国EAW

第五节 日本POSTEX福斯特

第六节 韩国INKEL英桥

第七节 英国CARLSBRO卡斯宝

第八节 荷兰PHILIPS飞利浦CD机

第三章 2014-2016年中国专业音响产业运行环境分析

第一节 2014-2016年中国宏观经济环境分析

一、中国GDP分析

二、消费价格指数分析

三、城乡居民收入分析

四、社会消费品零售总额

五、全社会固定资产投资分析

六、进出口总额及增长率分析

第二节 2014-2016年中国专业音响产业政策环境分析

一、灯光专业音响行业政策走向分析

二、专业音箱基本标准

三、进出口政策分析

第三节 2014-2016年中国专业音响产业社会环境分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

第四章 2014-2016年中国专业音响产业运行形势分析

第一节 2014-2016年中国专业音响产业发展概述

一、专业音响的组成和应用

二、专业音响与民用音响的差异性表现

三、KTV专业音响与Hi-Fi音响的异同

第二节 2014-2016年中国业音响工程施工技术分析

一、工程技术的特点

二、工程的技术术语和相关标准

三、工程技术的要求

四、工程施工的步骤

五、工程中的疑难问题

第三节 专业音响行业整合加速现状解析

一、技术发展概况

二、市场发展现状

第四节 2014-2016年中国专业音响产业发展存在的问题分析

第五章 2014-2016年中国家用音响设备制造行业主要数据监测分析

第一节 2014-2016年中国家用音响设备制造行业规模分析

一、企业数量增长分析

二、从业人数增长分析

三、资产规模增长分析

第二节 2014-2016年中国家用音响设备制造行业结构分析

一、企业数量结构分析

1、不同类型分析

2、不同所有制分析

二、销售收入结构分析

1、不同类型分析

2、不同所有制分析

第三节 2014-2016年中国家用音响设备制造行业产值分析

一、产成品增长分析

二、工业销售产值分析

三、出口交货值分析

第四节 2014-2016年中国家用音响设备制造行业成本费用分析

一、销售成本分析

二、费用分析

第五节 2014-2016年中国家用音响设备制造行业盈利能力分析

一、主要盈利指标分析

二、主要盈利能力指标分析

第六章 2014-2016年中国组合音响产量统计分析

第一节 2015-2016年全国组合音响产量分析

2015年1-10月全国组合音响产量分省市统计表

| 地区 | 10月(台) | 1-10月止累计(台) | 10月同比增长(%) | 1-10月累计同比增长(%) |
|-----|--------------|---------------|------------|----------------|
| 全国 | 8,899,366.00 | 82,575,571.00 | -18.91 | -20.58 |
| 北京 | - | - | - | - |
| 天津 | - | - | - | - |
| 河北 | - | - | - | - |
| 山西 | - | - | - | - |
| 内蒙古 | - | - | - | - |
| 辽宁 | - | - | - | - |
| 吉林 | - | - | - | - |
| 黑龙江 | - | - | - | - |
| 上海 | 389,266.00 | - | - | - |
| 江苏 | 2,935,942.00 | 100.6 | 12.41 | - |
| 浙江 | 429,997.00 | 3,660,339.00 | 14.19 | 6.58 |
| 安徽 | 2,289,443.00 | 24.22 | 10.1 | - |
| 福建 | 217,375.00 | 1,737,743.00 | 91.82 | 18.24 |
| 江西 | 39,160.00 | 275,761.00 | - | - |
| 山东 | - | - | - | - |
| 河南 | 44,507.00 | - | -98.67 | - |
| 湖北 | - | - | - | - |
| 湖南 | - | - | - | - |
| 广东 | 7,546,017.00 | 71,347,244.00 | -24.53 | -21.35 |
| 广西 | - | - | - | - |
| 海南 | - | - | - | - |
| 重庆 | - | - | - | - |
| 四川 | 21,992.00 | 192,986.00 | -9.85 | 4.15 |
| 贵州 | - | - | - | - |
| 云南 | - | - | - | - |
| 西藏 | - | - | - | - |
| 陕西 | - | - | - | - |
| 甘肃 | - | - | - | - |
| 青海 | - | - | - | - |
| 宁夏 | - | - | - | - |
| 新疆 | - | - | - | - |

数据来源：国家统计局，智研数据研究中心整理

第二节 2016年主要省份组合音响产量分析

第三节 2016年组合音响产量集中度分析

第七章 2014-2016年中国传声器、扬声器、耳机、音频扩大器等进出口贸易分析

第一节 2014-2016年中国传声器、扬声器、耳机、音频扩大器等进出口数据监测

- 一、传声器、扬声器、耳机、音频扩大器等进口数据分析
- 二、传声器、扬声器、耳机、音频扩大器等出口数据分析
- 三、传声器、扬声器、耳机、音频扩大器等进出口单价分析

第二节 2014-2016年传声器、扬声器、耳机、音频扩大器等进出口国家及地区分析

- 一、传声器、扬声器、耳机、音频扩大器等进口来源国家及地区
- 二、传声器、扬声器、耳机、音频扩大器等出口国家及地区

第三节 2014-2016年传声器、扬声器、耳机、音频扩大器等进出口省市分析

- 一、传声器、扬声器、耳机、音频扩大器等主要进口省市分析
- 二、传声器、扬声器、耳机、音频扩大器等主要出口省市分析

第八章 2014-2016年中国专业音响产业市场营销及调查分析

第一节 2014-2016年中国专业音响市场营销之变

- 一、出口转内销是必然选择
- 二、国际品牌进军国内步伐加快
- 三、加强品牌建设为立足之本
- 四、加强信心共渡难关

第二节 2014-2016年中国专业音响灯光产业市场调查分析

- 一、行业整体关注度
- 二、产品关注度
- 三、音响品牌关注度
- 四、专业灯光设备品牌关注度

第三节 2014-2016年中国专业音响业销售出路分析

第九章 2014-2016年中国专业音响产业市场竞争格局分析

第一节 2014-2016年中国音响产业市场竞争现状分析

- 一、国外企业对中国音响市场的争夺
- 二、国内音响市场进入战国时代
- 三、中国音响市场呈现两极分化格局
- 四、技术和质量成音响业竞争焦点

第二节 2014-2016年中国专业音响产业市场竞争分析

- 一、专业音响市场竞争很激烈
- 二、高端专业音响市场竞争分析
- 三、专业音响加工竞争分析

第三节 2014-2016年中国专业音响产业提升竞争力策略分析

第十章 2014-2016年中国专业音响产业优势企业关键性数据指标分析

第一节 乐兰电子（苏州）有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第二节 中山欧科电子有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第三节 杭州博里曼专业音响制造有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第四节 宁波保税区全裕电子制造有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第五节 广州市威能士达电业制造有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第六节 四川湖山电子股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第七节 东莞市奇声电子实业有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第八节 东莞市步步高视听电子有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第九节 深圳市艾丽声电子有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第十节 先锋高科技(上海)有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第十一章 2014-2016年中国音响产业运行形势透析

第一节 2014-2016年中国音响产业发展概况

- 一、中国音响产业发展回顾
- 二、2016年中国音响产业发展走势分析
- 三、音响产品购买者分析

第二节 2014-2016年中国音响产业存在的问题

- 一、音响产业面临的困境
- 二、中国音响产业的缺陷
- 三、中国音响出现行业性衰退
- 四、导致音响市场规模减小的问题

第三节 2014-2016年中国针对音响产业健康发展的对策

- 一、中国音响行业出路分析
- 二、中国音响业应对市场难题的对策
- 三、国内音响产业须加强创新
- 四、中国音响业需要良性互动
- 五、音响企业应对市场巨变的战略

第十二章 2017-2022年中国专业音响产业发展前景预测分析

第一节 2017-2022年中国音响产业发展前景分析

- 一、中国电子音响产品的发展趋势
- 二、中国音响市场前景看好
- 三、国内音响业将向集成化网络化转型

第二节 2017-2022年中国专业音响产业发展趋势分析

- 一、专业音响的国产化趋势
- 二、中国专业音响产业前景看好
- 三、未来KTV音响系统的发展方向

第三节 2017-2022年中国专业音响产业市场盈利预测分析

第十三章 2017-2022年中国专业音响产业投资机会与风险分析 (ZYPX)

第一节 2017-2022年中国专业音响产业投资环境分析

- 一、中国音响市场投资升温
- 二、国外风险投资争夺中国音响领域
- 三、日资音响企业扩大在中国市场投资

第二节 2017-2022年中国专业音响产业投资机会分析

第三节 2017-2022年中国专业音响产业投资风险分析

- 一、市场竞争风险分析
- 二、政策性风险分析
- 三、进入退出风险分析

第四节 专家观点

图表目录：

图表：2005-2016年中国GDP总量及增长趋势图

图表：2016年中国三产业增加值结构图

图表：2011-2016年中国CPI、PPI月度走势图

图表：2005-2016年我国城镇居民可支配收入增长趋势图

图表：2005-2016年我国农村居民人均纯收入增长趋势图

图表：1978-2016年中国城乡居民恩格尔系数对比表

图表：1978-2016年中国城乡居民恩格尔系数走势图

图表：2005-2016年中国工业增加值增长趋势图

图表：2011-2016年我国工业增加值分季度增速

图表：2005-2016年我国全社会固定投资额走势图

图表：2005-2016年我国城乡固定资产投资额对比图

图表：2005-2016年我国财政收入支出走势图

图表：2014-2016年人民币兑美元汇率中间价

图表：2016年人民币汇率中间价对照表

图表：2011-2016年中国货币供应量统计表 单位：亿元

图表：2011-2016年中国货币供应量月度增速走势图

图表：2001-2016年中国外汇储备走势图

图表：2005-2016年中国外汇储备及增速变化图

图表：2016年中国人民币利率调整表

图表：我国历年存款准备金率调整情况统计表

图表：2005-2016年中国社会消费品零售总额增长趋势图

图表：2005-2016年我国货物进出口总额走势图

图表：2005-2016年中国货物进口总额和出口总额走势图

图表：2005-2016年中国就业人数走势图

图表：2005-2016年中国城镇就业人数走势图

图表：1978-2016年我国人口出生率、死亡率及自然增长率走势图

图表：1978-2016年我国总人口数量增长趋势图

图表：2016年人口数量及其构成

图表：2005-2016年我国普通高等教育、中等职业教育及普通高中招生人数走势图

图表：2001-2016年我国广播和电视节目综合人口覆盖率走势图

图表：1978-2016年中国城镇化率走势图

图表：2005-2016年我国研究与试验发展（R&D）经费支出走势图

图表：2006-2016年中国家用音响设备制造行业企业数量及增长率分析单位：个

图表：2006-2016年中国家用音响设备制造行业亏损企业数量及增长率分析单位：个

图表：2006-2016年中国家用音响设备制造行业从业人数及同比增长分析单位：个

图表：2006-2016年中国家用音响设备制造行业总资产分析单位：亿元

图表：2016年中国家用音响设备制造行业不同类型企业数量单位：个

图表：2016年中国家用音响设备制造行业不同所有制企业数量单位：个

图表：2016年中国家用音响设备制造行业不同类型销售收入单位：千元

图表：2016年中国家用音响设备制造行业不同所有制销售收入单位：千元

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/tongxun/5591657T7W.html>