

2017-2022年中国耳机市场 前景研究与未来发展趋势报告

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年中国耳机市场前景研究与未来发展趋势报告》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/shuma/T61651NNJ3.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

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

传统耳机增长稳定，欧美是主要市场。不考虑随手机附带的耳机，2015 年全球耳机市场规模已达100 亿美金，并且有望在2023 年超过182亿美金，年复合增长4.6%。2015 年全球出货3.5 亿个耳机，2023 年有望超过4.6 亿个，年复合增长3.9%。索尼是世界上最大的耳机厂商，市场份额为17%，苹果及其子品牌Beats 市场份额为11%。索尼和苹果占到耳机市场营收的47%，Beats 和Bose 占到高端耳机市场的40%。

全球耳机出货量

全球耳机市场规模

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国耳机市场前景研究与未来发展趋势报告》共十六章。首先介绍了耳机产业相关概念及发展环境，接着分析了中国耳机行业规模及消费需求，然后对中国耳机行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国耳机行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国耳机行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将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：

第一部分 行业发展现状

第一章 耳机行业发展概述 12

第一节 耳机的概念 12

一、耳机的定义 12

二、耳机的特点 12

三、耳机的分类 13

第二节 耳机行业发展成熟度 14

一、行业发展周期分析 14

二、行业中外市场成熟度对比 15

三、行业及其主要子行业成熟度分析 16

第三节 耳机市场特征分析 21

- 一、市场规模 21
- 二、产业链分析 21
- 三、国内和国际市场 22
- 四、主要竞争因素 23

第二章 全球耳机行业发展分析 24

第一节 2012-2016年世界耳机行业发展分析 24

- 一、2012-2016年世界耳机市场发展分析 24
- 二、世界耳机品牌及代表产品发展概况 25

第二节 全球耳机市场分析 30

- 一、2016年全球耳机需求分析 30
- 二、2016年欧美耳机需求分析 31
- 三、2016年中外耳机市场对比 32

第三节 2013-2016年主要国家或地区耳机行业发展分析 32

- 一、2013-2016年美国耳机行业分析 32
- 二、2013-2016年日本耳机行业分析 33
- 三、2013-2016年欧洲耳机行业分析 34

第二部分 行业深度分析

第三章 我国耳机行业发展分析 35

第一节 中国耳机行业发展状况 35

- 一、2016年耳机行业发展状况分析 35
- 二、2016年中国耳机行业发展动态 35
- 三、2016年耳机行业经营业绩分析 37
- 四、2016年我国耳机行业发展热点 37

第二节 中国耳机市场供需状况 38

- 一、2016年中国耳机行业供给能力 38
- 二、2016年中国耳机市场供给分析 39
- 三、2016年中国耳机市场需求分析 39
- 四、2016年中国耳机产品价格分析 40

第三节 2013-2016年我国耳机市场分析 40

- 一、2013-2016年耳机市场分析 40

二、2016年耳机市场的走向分析 40

第四节 动铁耳机市场分析 41

一、动铁耳机市场分析 41

二、动铁单元市场分析 46

三、手机搭配动铁耳机市场分析 47

第四章 耳机产业经济运行分析 48

第一节 2013-2016年中国耳机产业工业总产值分析 48

一、2013-2016年中国耳机产业工业总产值分析 48

二、不同规模企业工业总产值分析 49

三、不同所有制企业工业总产值比较 49

第二节 2013-2016年中国耳机产业市场销售收入分析 50

一、2013-2016年中国耳机产业市场总销售收入分析 50

二、不同规模企业总销售收入分析 50

三、不同所有制企业总销售收入比较 51

第三节 2013-2016年中国耳机产业产品成本费用分析 52

一、2013-2016年中国耳机产业成本费用总额分析 52

二、不同规模企业成本费用比较分析 53

三、不同所有制企业成本费用比较分析 53

第四节 2013-2016年中国耳机产业利润总额分析 54

一、2013-2016年中国耳机产业利润总额分析 54

二、不同规模企业利润总额比较分析 54

三、不同所有制企业利润总额比较分析 55

第五章 我国耳机产业进出口分析 56

第一节 2013-2016年我国耳机产品进口分析 56

一、2013-2016年进口总量分析 56

二、2013-2016年进口结构分析 56

第二节 我国耳机产品出口分析 56

一、2013-2016年出口总量分析 56

二、2013-2016年出口结构分析 57

三、2013-2016年出口区域分析 57

第三节 我国耳机产品进出口预测 58

第六章 2013-2016年关联产业发展分析 59

第一节 便携式音响产品特点 59

一、随身听 59

二、播放机 61

三、扬声器 61

四、共振音响 62

第二节 便携式音响细分市场产销分析 64

一、手机 64

二、平板电脑 65

三、便携式高保真播放器 67

四、笔记本电脑 67

第三节 智能手机品牌分析 73

一、2016年品牌排名 73

二、价格区间分布 75

三、热门手机排名 75

四、2016年手机规格情况 76

五、智能手机系统关注度分布 76

六、HIFI智能手机市场研究 77

第七章 中国耳机需求与消费者偏好调查 79

第一节 2013-2016年中国耳机产量统计分析 79

第二节 2013-2016年中国耳机历年消费量统计分析 79

第三节 耳机产品目标客户群体调查 80

一、不同收入水平消费者偏好调查 80

二、不同年龄的消费者偏好调查 80

三、不同地区的消费者偏好调查 81

第四节 耳机产品的品牌市场调查 81

一、消费者对耳机品牌认知度宏观调查 81

二、消费者对耳机产品的品牌偏好调查 82

三、消费者对耳机品牌的首要认知渠道 83

- 四、消费者经常购买的品牌调查 84
- 第五节 不同客户购买相关的态度及影响分析 84
- 一、价格敏感程度 84
- 二、产品品质敏感程度 85

第三部分 竞争格局分析

第八章 耳机行业竞争格局分析 86

第一节 行业竞争结构分析 86

- 一、现有企业间竞争 86
- 二、潜在进入者分析 86
- 三、替代品威胁分析 89
- 四、供应商议价能力 89
- 五、客户议价能力 90

第二节 行业集中度分析 92

- 一、市场集中度分析 92
- 二、企业集中度分析 92
- 三、区域集中度分析 93

第三节 行业国际竞争力比较 94

第四节 耳机行业主要企业竞争力分析 94

- 一、重点企业资产总计对比分析 94
- 二、重点企业从业人员对比分析 95
- 三、重点企业全年营业收入对比分析 95
- 四、重点企业出口交货值对比分析 95
- 五、重点企业利润总额对比分析 95
- 六、重点企业综合竞争力对比分析 96

第五节 2013-2016年耳机行业竞争格局分析 96

- 一、2016年耳机行业竞争分析 96
- 二、2016年中外耳机产品竞争分析 97

第九章 耳机企业竞争策略分析 99

第一节 提高企业核心竞争力的对策 99

第二节 影响企业核心竞争力的因素及提升途径 105

第三节 提高企业竞争力的策略 109

第十章 主要耳机企业竞争分析 113

第一节 森海塞尔 113

一、企业概况 113

二、竞争优势分析 114

三、2013-2016年经营状况 114

四、2017-2022年发展战略 114

第二节 铁三角 115

一、企业概况 115

二、竞争优势分析 116

三、2013-2016年经营状况 116

第三节 索尼 116

一、企业概况 116

二、2013-2016年经营状况 117

第四节 飞利浦 117

一、企业概况 117

二、竞争优势分析 118

三、2013-2016年经营状况 119

第五节 硕美科 119

一、企业概况 119

二、竞争优势分析 119

三、2013-2016年经营状况 120

四、2017-2022年发展战略 120

第六节 漫步者 121

一、企业概况 121

二、竞争优势分析 121

三、2013-2016年经营状况 121

四、2017-2022年发展战略 123

第七节 AKG 123

一、企业概况 123

二、竞争优势分析 125

三、2013-2016年经营状况 126

四、2017-2022年发展战略 127

第八节 罗技 128

一、企业概况 128

二、竞争优势分析 128

三、2013-2016年经营状况 128

四、2017-2022年发展战略 130

第四部分 发展趋势分析

第十一章 耳机行业发展趋势分析 131

第一节 2016年发展环境展望 131

一、2016年宏观经济形势展望 131

二、2016年政策走势及其影响 133

三、2016年国际行业走势展望 133

第二节 2016年耳机行业发展趋势分析 134

一、2016年技术发展趋势分析 134

二、2016年产品发展趋势分析 135

第三节 2017-2022年中国耳机市场趋势分析 136

一、2.4G耳机与蓝牙耳机 136

二、HiFi概念受关注 136

三、外观时尚的耳机 136

四、降噪耳机 136

五、智能手机与平板电脑专用耳机 137

第十二章 未来耳机行业发展预测 138

第一节 未来耳机需求与消费预测 138

一、2017-2022年耳机产品消费预测 138

二、2017-2022年耳机市场规模预测 139

三、2017-2022年耳机行业总产值预测 139

四、2017-2022年耳机行业销售收入预测 139

第二节 2017-2022年中国耳机行业供需预测 140

一、2017-2022年中国耳机供给预测 140

- 二、2017-2022年中国耳机产量预测 141
- 三、2017-2022年中国耳机需求预测 141
- 四、2017-2022年中国耳机供需平衡预测 141
- 五、2017-2022年中国耳机产品价格预测 142

第五部分 发展策略研究

第十三章 2013-2016年耳机行业发展策略研究 143

第一节 耳机行业发展策略 143

- 一、坚持产品创新的领先战略 143
- 二、坚持品牌建设的引导战略 143
- 三、坚持技术创新的支持战略 143
- 四、坚持市场营销创新的决胜战略 144
- 五、坚持企业管理创新的保证战略 144

第二节 中国耳机行业经营策略分析 144

- 一、中国耳机行业市场细分策略 144
- 二、中国耳机行业市场创新策略 146
- 三、品牌定位 149
- 四、品类管理 155
- 五、中国行业新产品差异化战略 160

第三节 市场推广策略研究 162

- 一、耳机行业新品推广模式研究 162
- 二、耳机市场终端产品发布特点 167
- 三、耳机市场中间商、代理商参与机制 169
- 四、耳机市场网络推广策略研究 170
- 五、耳机市场广告宣传策略 181
- 六、耳机市场推广与配套供货渠道建立 182
- 七、耳机新产品推广常见问题 183
- 八、直销模式在耳机推广过程中的应用 184

第十四章 耳机行业投资环境分析 188

第一节 经济发展环境分析 188

- 一、2013-2016年我国宏观经济运行情况 188

- 二、2017-2022年我国宏观经济形势分析 208
- 三、2017-2022年投资趋势及其影响预测 208
- 第二节 政策法规环境分析 211
 - 一、“十二五”规划的总体战略布局 211
 - 二、“十二五”规划对经济发展的影响 218
 - 三、“十二五”规划的主要精神解读 221
- 第三节 社会发展环境分析 228
 - 一、人口环境分析 228
 - 二、教育环境分析 231
 - 三、文化环境分析 239
 - 四、生态环境分析 247
 - 五、中国城镇化率 248
 - 六、居民的各种消费观念和习惯 249

第十五章 耳机行业投资风险与控制策略 254

- 第一节 2017-2022年耳机行业市场风险及控制策略 254
- 第二节 2017-2022年耳机行业政策风险及控制策略 265
- 第三节 2017-2022年耳机行业经营风险及控制策略 266
- 第四节 2017-2022年耳机行业技术风险及控制策略 268
- 第五节 2017-2022年耳机同业竞争风险及控制策略 269

第十六章 耳机行业投资战略研究 272 (ZY CW)

第一节 行业发展战略研究 272

- 一、战略综合规划 272
- 二、技术开发战略 273
- 三、业务组合战略 275
- 四、区域战略规划 277
- 五、产业战略规划 278
- 六、营销品牌战略 278
- 七、竞争战略规划 279

第二节 品牌战略 281

- 一、品牌的重要性 281

二、实施品牌战略的意义	282
三、企业品牌的现状分析	283
四、企业的品牌战略	284
五、品牌战略管理的策略	286
第三节 重点客户战略	290
一、实施重点客户战略的必要性	290
二、合理确立重点客户	291
三、实施重点客户战略要重点解决的问题	291
四、重点客户管理功能	292
第四节 耳机行业投资战略研究	294
一、发展型投资战略	294
二、稳定型投资战略	294
三、退却型投资战略	295
四、稳定性投资战略	295
五、扩张性投资战略	295
六、紧缩性投资战略	295
七、混合性投资战略	296

部分图表目录：

图表：2012-2015年国内录音棚及音乐制作公司数量及增速	22
图表：2010-2015年全球耳机销售情况	24
图表：2010-2015年全球耳机需求量	30
图表：2010-2015年欧洲耳机需求量	31
图表：2010-2015年美国耳机需求量	31
图表：全球主要国家耳机市场份额	32
图表：德国三大耳机品牌比较	34
图表：2010-2015年中国耳机行业供给能力	38
图表：2010-2015年中国耳机行业供给情况	39
图表：2010-2015年中国耳机行业需求情况	39
图表：2010-2015年中国耳机市场平均价格	40
图表：动铁单元主要生产厂家的市场份额	47
图表：2010-2015年中国耳机产业工业总产值	48

图表：2015年耳机行业不同规模企业总产值情况 49

图表：2015年耳机行业不同所有制企业总产值情况 49

图表：2010-2015年中国耳机产业总销售收入 50

图表：2015年耳机行业不同规模企业总销售收入情况 50

图表：2015年耳机行业不同所有制企业总销售收入情况 51

图表：2010-2015年中国耳机产业成本费用总额 52

图表：2015年耳机行业不同规模企业成本费用情况 53

图表：2015年耳机行业不同所有制企业成本费用情况 53

图表：2010-2015年中国耳机产业利润总额 54

图表：2015年耳机行业不同规模企业利润总额情况 54

图表：2015年耳机行业不同所有制企业利润总额情况 55

图表：2013-2016年耳机进口总量情况 56

图表：2013-2016年耳机进口结构 56

图表：2013-2016年耳机出口总量情况 56

图表：2013-2016年耳机出口结构 57

图表：2015年无线耳机出口区域分布 57

图表：2015-2016年我国耳机产品进出口预测 58

图表：2009-2015年上半年我国手机分省市产量 64

图表：2011-2015年笔记本电脑产量情况 67

图表：2015年中国笔记本电脑市场品牌关注比例对比 69

图表：2015年各主要品牌智能手机关注情况 74

图表：2015年主要HIFI智能手机市场关注度分布 77

图表：2012-2015年主要HIFI智能手机销量总额 77

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/shuma/T61651NNJ3.html>