

# 2014-2019年中国对讲机市 场竞争力分析及投资前景研究报告

## 报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

[www.bosidata.com](http://www.bosidata.com)

## 报告报价

《2014-2019年中国对讲机市场竞争力分析及投资前景研究报告》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.bosidata.com/tongxun1403/U25104XAZF.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2014-03-26

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

# 说明、目录、图表目录

## 报告说明:

博思数据发布的《2014-2019年中国对讲机市场竞争力分析及投资前景研究报告》共十一章。首先介绍了中国对讲机行业的概念，接着分析了中国对讲机行业发展环境，然后对中国对讲机行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国对讲机行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国对讲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。

世界上最早的对讲机可以追溯到1940年，经过70多年的发展，对讲机已经广泛应用于社会的各行各业。相比手机，对讲机具备如下优势：不受网络限制，在无网络的地方，使用者依然可以通过对讲机进行轻松沟通；一次性付费，通话成本低，这也是对讲机广泛应用于政府机关、制造业、采矿业、旅游业、服务业等多个行业的主要原因；对讲机提供一对一，一对多的通话方式，一按就说，操作简单，令沟通更自由，尤其是紧急调度和集体协作工作的情况下，这个特点是非常重要的。

近年来世界各国，特别是在发达国家，相继决定采取技术体制转型的方式，将对讲机的技术体制从模拟技术转换为数字技术，转换为数字技术体制以后的对讲机为数字对讲机。数字对讲机的频率利用率将大为提高，在同样的频段范围内，同一时间同一地域内最大能容纳的数字对讲机个数是模拟对讲机个数的四倍，而且还有更好的抗干扰性能和更丰富的功能。也就是说，采用数字技术后，对讲机产业将迎来更大的发展空间。

从数量上来说，不论是专业对讲机通信还是公众低功率民用对讲机通信，相对于公众移动通信和整个通信市场而言都是非常微小的。然而，对讲机通信，在集群调度、应急通信、即时通信等方面有着独特优势，广泛应用于公安、消防、救护、石油化工和民用的建筑施工、物业管理、酒店餐厅、商场、学校等领域，在国民经济和人们生活中具有重要作用。

目前，我国对讲机行业品牌企业数量超过60家，行业企业总数量达到了几百家，行业企业规模大多较小，2013年国内对讲机行业产量达到3464万部，同比2012年的2935万部增长了18.02%。

## 报告目录：

第一章 2013年世界对讲机行业运行动态分析 1

第一节 2013年世界对讲机行业发展概述 1

- 一、世界对讲机产业特点分析 1
- 二、对讲机品牌分析 2
- 三、对讲机技术分析 3
- 第二节 2013年国外对讲机产品市场状况分析 8
- 一、欧洲 8
- 二、韩国 11
- 三、日本 11

根据日本产经省发布的最新统计数据：2013年日本国内对讲机总产量为272.73万台，同比下降13.2%；行业总产值为368.31亿日元，增幅为0.1%。

资料来源：日本产经省

资料来源：日本产经省 2013年日本对讲机产量产值月度统计表

	2013年	产量：台	产值：百万日元		2013年1月
237736	3029	2013年2月	248199	3075	2013年3月
154228	2424	2013年4月	196672	2244	2013年5月
204924	2718	2013年6月	184958	2614	2013年7月
224262	2998	2013年8月	234518	3109	2013年9月
246,811	3220	2013年10月	266,397	3789	2013
年11月	265,613	3,843	2013年12月	263,017	3,768
合计	2727335	36831			

资料来源：日本产经省

- 四、澳大利亚 13
- 第三节 2014-2019年世界对讲机产业发展趋势分析 13

## 第二章 2013年中国对讲机行业市场发展环境分析 15

- 第一节 国内宏观经济环境分析 15
- 一、GDP历史变动轨迹分析 15
- 二、固定资产投资历史变动轨迹分析 23
- 三、2014年中国宏观经济发展预测分析 30
- 第二节 2013年中国对讲机行业政策环境分析 31

- 一、产业政策分析 31
- 二、相关产业政策影响分析 33
- 三、进出口政策分析 38
- 第三节 2013年中国对讲机行业社会环境分析 38
- 一、人口环境分析 38
- 二、教育环境分析 39
- 三、文化环境分析 43
- 四、生态环境分析 45
- 五、中国城镇化率 46
- 六、居民的各种消费观念和习惯 47

### 第三章 2013年中国对讲机行业运行动态分析 54

#### 第一节 2013年中国对讲机产业发展综述 54

- 一、对讲机产业特点分析 54
- 二、对讲机价格分析 54
- 三、对讲机技术分析 57

#### 第二节 2013年中国对讲机产业运行走势分析 58

- 一、国内对讲机市场需加强整治规范 58
- 二、对讲机品牌分析 60

2013年中国对讲机市场卡西欧以35.8%的关注份额位居品牌关注排行榜首位，关注份额较去年下降3.2个百分点。佰事通以15.6%的关注份额排名第二位，关注份额与排名首位的摩托罗拉相差20.2个百分点。其他入围品牌相互之间关注份额差距较小。

资料来源：博思数据研究中心整理

2013年，在中国对讲机市场中，除排名首位的摩托罗拉关注份额为35.8%，其他品牌的关注份额均在20%以下，相互之间差距较小，关注份额的浮动会引起关注排名的变化，与2012年相比，最受关注的品牌关注排名波动较大。佰事通关注排名上升较明显，由2012年年的第五位上生到2013年推出品牌关注度第二名。

#### 2012-2013年中国对讲机市场品牌关注比例对比

排名	2012年	2013年	品牌	关注比例	品牌
关注比例	1	摩托罗拉	39%	摩托罗拉	35.8%

2	海能达	14.7%	佰事通	15.6%	3	建伍	10.9%
	海能达	12.4%	4	北峰	8.6%	建伍	8.2%
5	佰事通	7.7%	北峰	4.5%	6	科立讯	2.8%
科立讯	3.1%	7	其他	16.3%	其他	20.4%	

资料来源：博思数据研究中心整理

三、对讲机市场面临薄利时代 62

四、对讲机在全球进入模数转换时期形成标准 63

第三节 2013年中国对讲机产业发展存在问题分析 64

第四章 2013年中国对讲机产业市场运行态势分析 65

第一节 2013年中国对讲机产业市场发展现况 65

一、对讲机市场的演变 65

二、专业对讲机市场渠道 66

三、生产商的“三级”世界 66

第二节 2013年中国对讲机产业市场运行动态分析 67

一、经销商，企业市场战略的核心 67

二、农村无线对讲机市场的现况 68

三、售后服务 69

第三节 2013年中国民用对讲机市场火爆的原因 69

第五章 2013年中国对讲机产业市场供需走势分析 71

第一节 2013年中国对讲机产业供给分析 71

一、对讲机市场供给整体情况分析 71

二、对讲机生产企业动态分析 71

三、影响对讲机市场供给的因素分析 73

第二节 2013年中国对讲机产业市场需求分析 74

一、对讲机整体需求分析 74

二、消费者需求特点分析 75

三、影响需求的因素分析 77

第三节 2013年中国对讲机产业市场项目分析 78

第六章 2011-2013年中国通信终端设备制造行业数据监测分析	81
第一节 2011-2013年中国通信终端设备制造行业总体数据分析	81
一、2011年中国通信终端设备制造行业全部企业数据分析	81
二、2012年中国通信终端设备制造行业全部企业数据分析	83
三、2013年中国通信终端设备制造行业全部企业数据分析	84
第二节 2011-2013年中国通信终端设备制造行业不同规模企业数据分析	86
一、2011年中国通信终端设备制造行业不同规模企业数据分析	86
二、2012年中国通信终端设备制造行业不同规模企业数据分析	87
三、2013年中国通信终端设备制造行业不同规模企业数据分析	87
第三节 2011-2013年中国通信终端设备制造行业不同所有制企业数据分析	88
一、2011年中国通信终端设备制造行业不同所有制企业数据分析	88
二、2012年中国通信终端设备制造行业不同所有制企业数据分析	88
三、2013年中国通信终端设备制造行业不同所有制企业数据分析	89
第七章 2013年中国对讲机行业消费者偏好调查分析	90
第一节 对讲机目标客户群体调查	90
一、不同收入水平消费者偏好调查	90
二、不同年龄的消费者偏好调查	90
三、不同地区的消费者偏好调查	91
第二节 2013年对讲机的品牌市场调查	92
一、消费者对对讲机品牌认知度宏观调查	92
二、消费者对对讲机的品牌偏好调查	93
三、消费者对对讲机品牌的首要认知渠道	95
四、消费者经常购买的品牌调查	96
五、对讲机品牌忠诚度调查	96
六、对讲机品牌市场占有率调查	97
七、消费者的消费理念调研	97
第三节 2013年不同客户购买相关的态度及影响分析	99
一、价格敏感程度	99
二、品牌的影响	101
三、购买方便的影响	102
四、广告的影响程度	104

## 五、包装的影响程度 105

## 第八章 2013年中国对讲机行业市场竞争格局分析 108

### 第一节 2013年中国对讲机竞争现状分析 108

#### 一、对讲机价格竞争分析 108

#### 二、对讲机品牌竞争分析 108

#### 三、中外对讲机竞争分析 109

### 第二节 2013年中国对讲机行业集中度分析 110

#### 一、市场集中度分析 110

#### 二、区域集中度分析 111

### 第三节 2013年中国对讲机企业提升竞争力策略分析 111

## 第九章 2013年中国对讲机优势生产企业竞争性财务数据分析 113

### 第一节 友利电电子（深圳）有限公司 113

#### 一、企业概况 113

#### 二、企业主要经济指标分析 113

#### 三、企业盈利能力分析 114

#### 四、企业偿债能力分析 114

#### 五、企业运营能力分析 115

#### 六、企业成长能力分析 115

### 第二节 惠阳中建电讯制品有限公司 115

#### 一、企业概况 115

#### 二、企业主要经济指标分析 116

#### 三、企业盈利能力分析 116

#### 四、企业偿债能力分析 117

#### 五、企业运营能力分析 117

#### 六、企业成长能力分析 117

### 第三节 康拓实业（深圳）有限公司 118

#### 一、企业概况 118

#### 二、企业主要经济指标分析 119

#### 三、企业盈利能力分析 120

#### 四、企业偿债能力分析 120



- 五、企业运营能力分析 120
- 六、企业成长能力分析 121
- 第四节 深圳市好易通科技有限公司 121
  - 一、企业概况 121
  - 二、企业主要经济指标分析 121
  - 三、企业盈利能力分析 122
  - 四、企业偿债能力分析 122
  - 五、企业运营能力分析 123
  - 六、企业成长能力分析 123
- 第五节 青岛韩昌电子有限公司 123
  - 一、企业概况 123
  - 二、企业主要经济指标分析 124
  - 三、企业盈利能力分析 125
  - 四、企业偿债能力分析 125
  - 五、企业运营能力分析 126
  - 六、企业成长能力分析 126
- 第六节 深圳创华合作有限公司 126
  - 一、企业概况 126
  - 二、企业主要经济指标分析 127
  - 三、企业盈利能力分析 128
  - 四、企业偿债能力分析 128
  - 五、企业运营能力分析 129
  - 六、企业成长能力分析 129
- 第七节 威泰克斯通讯（苏州）有限公司 129
  - 一、企业概况 129
  - 二、企业主要经济指标分析 130
  - 三、企业盈利能力分析 131
  - 四、企业偿债能力分析 131
  - 五、企业运营能力分析 132
  - 六、企业成长能力分析 132
- 第八节 文登第逸电子有限公司 132
  - 一、企业概况 132

二、企业主要经济指标分析	132
三、企业盈利能力分析	133
四、企业偿债能力分析	133
五、企业运营能力分析	134
六、企业成长能力分析	134
第九节 安悦电子（深圳）有限公司	135
一、企业概况	135
二、企业主要经济指标分析	135
三、企业盈利能力分析	136
四、企业偿债能力分析	136
五、企业运营能力分析	136
六、企业成长能力分析	137
第十节 邦深电子（深圳）有限公司	137
一、企业概况	137
二、企业主要经济指标分析	138
三、企业盈利能力分析	138
四、企业偿债能力分析	139
五、企业运营能力分析	139
六、企业成长能力分析	139
第十章 2014-2019年中国对讲机行业发展趋势预测分析	140
第一节 2014-2019年中国对讲机产业发展前景分析	140
一、中国通信终端设备制造行业预测分析	140
二、对讲机技术发展方向	140
三、对讲机市场竞争格局预测分析	141
第二节 2014-2019年中国对讲机产业市场预测分析	142
一、对讲机市场需求趋势分析	142
二、对讲机行业供给趋势分析	142
三、对讲机进出口预测分析	143
第三节 2014-2019年中国对讲机市场盈利预测分析	143
第十一章 2014-2019年对讲机行业投资风险分析及建议	145

## 第一节 2014-2019年对讲机行业投资风险分析 145

一、宏观调控风险 145

二、行业竞争风险 146

三、供需波动风险 146

四、技术风险 146

五、经营管理风险 146

六、其他风险 147

## 第二节 2014-2019年对讲机行业投资建议分析 148

一、投资产品建议 148

二、投资区域建议 148

三、投资方式建议 149

## 第三节 2014-2019年对讲机行业投资策略分析 149

一、企业经营战略策略 149

二、兼并及收购策略 150

三、融资方式选择策略 150

四、海外资本市场的运作策略 151

## 图表目录：部分

图表：对讲机主要品牌简介

图表：MTP3100简约型TETRA对讲机

图表：MTP3250增强型TETRA对讲机

图表：NDP-950

图表：安全和健康的协调标准有

图表：欧洲射频标准测试项目

图表：欧洲电磁兼容标准测试项目

图表：欧洲数字对讲机市场份额在80%以上

图表：2009-2013年韩国对讲机需求量：万台

图表：2008-2013年日本对讲机产量：台

图表：2008-2013年日本对讲机总产值：百万日元

图表：2013年日本对讲机产量产值月度统计表

图表：澳大利亚对讲机需求分布

图表：2010-2013年我国对讲机产品价格指数

图表：2013年部分对讲机产品价格

图表：2013年对讲机品牌整体关注比例格局

图表：2012-2013年中国对讲机市场品牌关注比例对比

图表：2009-2013年我国对讲机行业市场产量统计

图表：2009-2013年我国对讲机行业市场需求量统计

图表：2012年中国对讲机行业市场消费者结构

图表：2012年中国对讲机行业市场区域消费结构

图表：2013-2014年中国部分对讲机产业市场需求项目

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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/tongxun1403/U25104XAZF.html>