

# 2015-2020年中国音箱市场 现状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

《2015-2020年中国音箱市场现状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/yingjian1412/7280291IVO.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】2014-12-06

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服热线：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《2015-2020年中国音箱市场现状分析及投资前景研究报告》共八章。介绍了音箱行业相关概述、中国音箱产业运行环境、分析了中国音箱行业的现状、中国音箱行业竞争格局、对中国音箱行业做了重点企业经营状况分析及中国音箱产业发展前景与投资预测。您若想对音箱产业有个系统的了解或者想投资音箱行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

音箱是整个音响系统的终端，其作用是把音频电能转换成相应的声能，并把它辐射到空间去。中国多媒体音箱行业经过十多年发展，尤其是PC、MP3、MP4、APPLE等消费类视听电子产品的市场普及率进一步提高，为多媒体音箱市场的增长提供巨大发展空间。一般认为，多媒体音箱主要用于PC机配套，但随着移动互联网革命的到来，平板电脑等新型消费电子产品进入高速发展期，消费者对于音箱的音质、外观也有了更高的追求，相应地带动了配套多媒体音箱的成长。到2012年，我国多媒体音箱销量为3594.03万台，销售额为53.55亿元；估计2013年我国多媒体音箱销量为4062万台，销售额超过60亿元。

随着中国经济的快速发展，国民的消费水平逐步提升，人们越来越注重生活品质，不断增加娱乐活动的投入，个人电脑、MP3/MP4、CD/VCD/DVD等各种信息娱乐消费电子产品逐渐普及。多媒体音箱作为各类音源设备最常用的外设产品，必将随着个人电脑及其他音源类信息娱乐消费电子产品的逐步普及获得快速发展。预测，至2018年，中国多媒体音箱销售量将达到6700万台，市场销售额将超过90亿元。

## 报告目录：

### 第一章 音箱行业相关概述 8

#### 第一节 音箱行业相关概述 8

##### 一、产品概述 8

##### 二、产品特点 8

##### 三、产品用途 11

#### 第二节 音箱行业经营模式分析 11

##### 一、生产模式 11

##### 二、采购模式 12

##### 三、销售模式 12

第二章 2014年音箱行业发展环境分析	14
第一节 2014年中国经济发展环境分析	14
一、中国GDP增长情况分析	14
二、工业经济发展形势分析	15
三、社会固定资产投资分析	16
四、全社会消费品零售总额	17
五、城乡居民收入增长分析	19
六、居民消费价格变化分析	19
七、对外贸易发展形势分析	20
第二节 中国音箱行业政策环境分析	21
一、行业监管管理体制	21
二、行业主要法律法规	21
三、行业相关政策分析	22
四、进出口政策影响分析	23
第三节 中国音箱行业技术环境分析	23
一、行业技术发展概况	23
二、行业技术发展现状	25
三、行业技术工艺流程	31
四、行业技术发展趋势	31
第三章 中国音箱市场供需分析	33
第一节 中国音箱市场供给状况	33
一、2013-2014年中国音箱产量分析	33
二、2015-2020年中国音箱产量预测	34
第二节 中国音箱市场需求状况	35
一、2013-2014年中国音箱需求分析	35
二、2015-2020年中国音箱需求预测	36
第三节 2014-2015年中国音箱市场价格分析	37
第四章 中国音箱行业产业链分析	40
第一节 音箱行业产业链概述	40
第二节 音箱上游产业发展状况分析	40

- 一、电子元器件行业发展分析 40
  - (一) 电子元件生产情况 40
  - (二) 扬声器产销情况 41
  - (三) PCB产业发展分析 42
- 二、塑胶化工行业发展概况 42
- 三、五金件行业发展分析 44
- 四、上游行业对音箱市场的影响分析 45
- 第三节 音箱下游应用需求市场分析 46
  - 一、中国音箱市场需求环境分析 46
    - (一) 中国电脑市场发展情况 46
    - (二) 中国笔记本电脑市场产销分析 46
    - (三) 中国MP3/MP4市场产销分析 47
  - 二、IT卖场 47
  - 三、家电卖场/百货商场 48
  - 四、城镇居民耐用消费品支出分析 48
  - 五、下游行业对音箱市场的影响分析 48

## 第五章 2013-2014年音箱进出口数据分析 50

### 第一节 2013-2014年中国单喇叭音箱进出口分析 50

#### 一、2013-2014年中国单喇叭音箱进口分析 50

- (一) 单喇叭音箱进口数量情况 50
- (二) 单喇叭音箱进口金额分析 50
- (三) 单喇叭音箱进口来源分析 51
- (四) 单喇叭音箱进口价格分析 52

#### 二、2013-2014年中国单喇叭音箱出口分析 52

- (一) 单喇叭音箱出口数量情况 52
- (二) 单喇叭音箱出口金额分析 53
- (三) 单喇叭音箱出口流向分析 53
- (四) 单喇叭音箱出口价格分析 55

### 第二节 2013-2014年中国多喇叭音箱进出口分析 55

#### 一、2013-2014年中国多喇叭音箱进口分析 55

- (一) 多喇叭音箱进口数量情况 55

- (二) 多喇叭音箱进口金额分析 56
- (三) 多喇叭音箱进口来源分析 56
- (四) 多喇叭音箱进口价格分析 58
- 二、2013-2014年中国多喇叭音箱出口分析 58
  - (一) 多喇叭音箱出口数量情况 58
  - (二) 多喇叭音箱出口金额分析 59
  - (三) 多喇叭音箱出口流向分析 59
  - (四) 多喇叭音箱出口价格分析 61

## 第六章 音箱生产厂商竞争力分析 62

### 第一节 上海飞乐音响股份有限公司 62

- 一、企业基本情况 62
- 二、企业音箱产品介绍 62
- 三、企业经营情况分析 63
- 四、企业竞争优势分析 64
- 五、企业发展动态分析 64

### 第二节 国光电器股份有限公司 65

- 一、企业基本情况 65
- 二、企业音箱产品介绍 65
- 三、企业经营情况分析 66
- 四、企业竞争优势分析 68
- 五、企业发展战略分析 69

### 第三节 深圳市漫步者科技股份有限公司 69

- 一、企业基本情况 69
- 二、企业音箱产品介绍 70
- 三、企业经营情况分析 71
- 四、企业竞争优势分析 73
- 五、企业营销网络分析 74

### 第四节 深圳市奋达科技股份有限公司 75

- 一、企业基本情况 75
- 二、企业音箱产品介绍 75
- 三、企业经营情况分析 76

四、企业竞争优势分析	78
五、企业发展动态分析	78
第五节 雅马哈电子（苏州）有限公司	79
一、企业基本情况	79
二、企业音箱产品介绍	80
三、企业经营情况分析	80
四、企业竞争优势分析	81
五、企业营销网络分析	81
第六节 深圳市三诺电子有限公司	82
一、企业基本情况	82
二、企业音箱产品介绍	82
三、企业经营情况分析	83
四、企业竞争优势分析	83
五、企业营销网络分析	84
第七节 广州飞达音响专业器材有限公司	85
一、企业基本情况	85
二、企业音箱产品介绍	85
三、企业经营情况分析	86
四、企业工程案例分析	87
五、企业营销网络分析	87
第八节 深圳麦博电器有限公司	89
一、企业基本情况	89
二、企业音箱产品介绍	89
三、企业经营情况分析	90
四、企业竞争优势分析	90
五、企业营销网络分析	91
第九节 四川湖山电器有限责任公司	91
一、企业基本情况	91
二、企业音箱产品介绍	91
三、企业经营情况分析	92
四、企业竞争优势分析	92
五、企业营销网络分析	93

## 第十节 广州惠威电器有限公司 94

- 一、企业基本情况 94
- 二、企业音箱产品介绍 94
- 三、企业经营情况分析 94
- 四、企业竞争优势分析 95
- 五、企业营销网络分析 95

## 第七章 博思数据关于中国音箱行业发展趋势与前景分析 97

### 第一节 2015-2020年中国音箱行业投资前景分析 97

- 一、音箱行业发展前景 97
- 二、音箱发展趋势分析 97
- 三、音箱市场前景分析 97

### 第二节 2015-2020年中国音箱行业投资风险分析 98

- 一、产业政策风险 98
- 二、原材料风险分析 98
- 三、市场竞争风险 98
- 四、技术风险分析 99

### 第三节 2015-2020年音箱行业投资策略及建议 99

## 第八章 音箱企业投资战略与客户策略分析 101

### 第一节 音箱企业发展战略规划背景意义 101

- 一、企业转型升级的需要 101
- 二、企业做大做强的需要 101
- 三、企业可持续发展需要 101

### 第二节 音箱企业战略规划制定依据 101

- 一、国家产业政策 101
- 二、行业发展规律 102
- 三、企业资源与能力 102
- 四、可预期的战略定位 102

### 第三节 音箱企业战略规划策略分析 102

- 一、战略综合规划 102
- 二、技术开发战略 103



三、区域战略规划	103
四、产业战略规划	103
五、营销品牌战略	104
六、竞争战略规划	105
第四节 音箱企业重点客户战略实施	106
一、重点客户战略的必要性	106
二、重点客户的鉴别与确定	109
三、重点客户的开发与培育	110
四、重点客户市场营销策略	114

## 图表目录

图表 1 音箱行业生产模式示意图	12
图表 2 音箱行业销售模式流程图	13
图表 3 2014-2015年国内生产总值构成及增长速度统计	14
图表 4 2013-2014年中国国内生产总值及增长变化趋势图	15
图表 5 2014年规模以上工业增加值及增长速度趋势图	16
图表 6 2013-2014年中国全社会固定资产投资增长趋势图	17
图表 7 2013-2014年中国社会消费品零售总额及增长速度趋势图	18
图表 8 2013-2014年城镇居民人均可支配收入及增长趋势图	19
图表 9 2014年中国居民消费价格月度变化趋势图	20
图表 10 2013-2014年中国进出口总额增长趋势图	21
图表 11 音箱行业及相关产业政策	22
图表 12 音箱产品的生产工艺流程图	31
图表 13 2013-2014年中国音箱音柱产量统计	33
图表 14 2013-2014年中国音箱音柱细分产品产量统计	33
图表 15 2013-2014年中国组合音响产量统计	34
图表 16 2013-2014年中国组合音响产量变化趋势图	34
图表 17 2013-2018年中国组合音响产量预测图	35
图表 18 2013-2014年中国多媒体音箱销量变化趋势图	36
图表 19 2013-2014年中国多媒体音箱销售额变化趋势图	36
图表 20 2015-2020年中国多媒体音箱销量预测图	37
图表 21 2015-2020年中国多媒体音箱销售额预测图	37

图表 22 2014年中国电脑音箱产品价格段关注比例分布 38

图表 23 2014年音箱热门产品及价格情况 38

图表 24 2014-2015年中国电子元件产量统计 41

图表 25 2013-2014年中国扬声器产量及销量统计 42

图表 27 2014-2015年中国橡胶和塑料制品业经济指标统计 43

图表 28 2013-2014年中国微型计算机设备产量及销量统计 46

图表 29 2013-2014年中国笔记本计算机产量及销量统计 47

图表 30 2013-2014年中国平板计算机产量及销量统计 47

图表 31 2013-2014年中国MP3/MP4播放器产量及销量统计 47

图表 32 2013-2014年中国城镇居民家庭耐用消费品人均年消费支出 48

图表 33 2013-2014年中国单喇叭音箱进口数量统计 50

图表 34 2013-2014年中国单喇叭音箱进口金额统计 50

图表 35 2014年中国单喇叭音箱进口来源地情况 51

图表 36 2014年中国单喇叭音箱进口来源地情况 51

图表 37 2014年中国单喇叭音箱进口来源地结构 52

图表 38 2013-2014年中国单喇叭音箱进口均价 52

图表 39 2013-2014年中国单喇叭音箱出口数量统计 53

图表 40 2013-2014年中国单喇叭音箱出口金额统计 53

图表 41 2014年中国单喇叭音箱出口流向情况 54

图表 42 2014年中国单喇叭音箱出口流向情况 54

图表 43 2014年中国单喇叭音箱出口流向结构 55

图表 44 2013-2014年中国单喇叭音箱出口均价 55

图表 45 2013-2014年多喇叭音箱进口数量统计 56

图表 46 2013-2014年多喇叭音箱进口金额统计 56

图表 47 2014年中国多喇叭音箱进口来源地情况 57

图表 48 2014年中国多喇叭音箱进口来源地情况 57

图表 49 2014年中国多喇叭音箱进口来源地结构 58

图表 50 2013-2014年中国多喇叭音箱进口均价 58

图表 51 2013-2014年中国多喇叭音箱出口数量统计 59

图表 52 2013-2014年中国多喇叭音箱出口金额统计 59

图表 53 2014年中国多喇叭音箱出口流向情况 60

图表 54 2014年中国多喇叭音箱出口流向情况 60

图表 55 2014年中国多喇叭音箱出口流向结构 61

图表 56 2013-2014年中国多喇叭音箱出口均价 61

图表 57 上海飞乐音响股份有限公司音箱产品图示 62

图表 58 2014年上海飞乐音响股份有限公司主营业务分行业情况表 63

图表 59 2014年上海飞乐音响股份有限公司业务结构情况 63

图表 60 2014年上海飞乐音响股份有限公司主营业务分地区情况表 64

图表 61 2013-2014年上海飞乐音响股份有限公司收入统计 64

图表 62 国光电器股份有限公司音箱产品图示 65

图表 63 2014年国光电器股份有限公司主营业务分行业分产品情况表 67

图表 64 2014年国光电器股份有限公司业务结构情况 67

图表 65 2014年国光电器股份有限公司主营业务分地区情况表 67

图表 66 2013-2014年国光电器股份有限公司收入统计 68

图表 67 深圳市漫步者科技股份有限公司产品系列情况表 70

图表 68 深圳市漫步者科技股份有限公司音箱产品图示 71

图表 69 2014年深圳市漫步者科技股份有限公司主营业务分行业分产品情况表 72

图表 70 2014年深圳市漫步者科技股份有限公司业务结构情况 72

图表 71 2014年深圳市漫步者科技股份有限公司主营业务分地区情况表 72

图表 72 2013-2014年深圳市漫步者科技股份有限公司收入统计 73

图表 73 深圳市漫步者科技股份有限公司公司全国营销网络分布图 75

图表 74 深圳市奋达科技股份有限公司产品情况表 76

图表 75 深圳市奋达科技股份有限公司音箱产品图示 76

图表 76 2014年深圳市奋达科技股份有限公司主营业务分行业分产品情况表 77

图表 77 2014年深圳市奋达科技股份有限公司业务结构情况 77

图表 78 2014年深圳市奋达科技股份有限公司主营业务分地区情况表 77

图表 79 2013-2014年深圳市奋达科技股份有限公司收入统计 78

图表 80 雅马哈电子（苏州）有限公司音箱产品图示 80

图表 81 雅马哈电子（苏州）有限公司资产及收入统计 80

图表 82 雅马哈电子（苏州）有限公司全国营销网络分布 81

图表 83 深圳市三诺电子有限公司音箱产品图示 82

图表 84 深圳市三诺电子有限公司资产及收入统计 83

图表 85 深圳市三诺电子有限公司全国营销网络分布表 84

图表 86 广州飞达音响专业器材有限公司产品情况表 86

- 图表 87 广州飞达音响专业器材有限公司音箱产品图示 86
- 图表 88 广州飞达音响专业器材有限公司资产及收入统计 87
- 图表 89 广州飞达音响专业器材有限公司工程案例统计表 87
- 图表 91 广州飞达音响专业器材有限公司全国营销网络分布表 88
- 图表 92 深圳麦博电器有限公司音箱产品图示 89
- 图表 93 深圳麦博电器有限公司资产及收入统计 90
- 图表 94 四川湖山电器有限责任公司产品情况表 91
- 图表 95 四川湖山电器有限责任公司音箱产品图示 92
- 图表 96 四川湖山电器有限责任公司资产及收入统计 92
- 图表 97 四川湖山电器有限责任公司全国营销网络分布图 93
- 图表 98 广州惠威电器有限公司音箱产品图示 94
- 图表 99 广州惠威电器有限公司资产及收入统计 95
- 图表 100 广州惠威电器有限公司全国营销网络分布表 96
- 图表 101 重点客户管理与企业战略规划

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/yingjian1412/7280291IVO.html>