

2015-2020年中国汽车音响 市场监测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

报告报价

《2015-2020年中国汽车音响市场监测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/peijian1411/613827CZJA.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】2014-11-12

【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年中国汽车音响市场监测及投资前景研究报告》共九章。介绍了汽车音响行业相关概述、中国汽车音响产业运行环境、分析了中国汽车音响行业的现状、中国汽车音响行业竞争格局、对中国汽车音响行业做了重点企业经营状况分析及中国汽车音响产业发展前景与投资预测。您若想对汽车音响产业有个系统的了解或者想投资汽车音响行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

汽车音响由最初的汽车收音机演变为集视听娱乐、通讯、导航、辅助驾驶等多种功能于一身的综合性多媒体车载电子系统，并成为汽车上不可缺少的组成部分。汽车音响主要包括主机、扬声器、功放三大部分。

2013年，汽车音响全球总销量达到8548.86万部，同比增长4.02%，汽车音响更新换代和升级出现热潮。中国市场是一个充满活力和潜力的大市场，2013年汽车销量突破2198.41万辆，轿车销量达到1200.97万辆左右，至2013年中国的汽车保有量已达1.27亿辆，而汽车音响销售额接近1261.05亿元人民币。

中国汽车市场的加温，将刺激着汽车销售市场持续升温。随着汽车市场的繁荣，汽车用品市场也随之一片火爆，相对汽车音响市场的广阔前景毋庸置疑。未来三至五年间，我国汽车保有量将增长四至六成，曾作为身份地位免征的汽车将回归其代步工具的功能本位，汽车在中国必将成为大众消费品，汽车音响改装服务消费也会成为一种日常消费，其特征提供销售、安装、维修、保养等一站式的服务。汽车音响的发展潜力十分巨大，保持着高速增长速度，中国将成为新的汽车工业和相关产业市场的重要市场。

报告目录：

第一章 汽车音响产业概述 10

第一节 汽车音响概述 10

一、汽车音响的特点分析 10

二、汽车音响与家庭音响的不同 10

三、汽车音响的升级 12

第二节 汽车音响的分类 12

一、按汽车出厂时的时间分 12

二、按汽车音响品牌的地域分 13

三、按汽车音响厂家生产专一性分 13

第三节 汽车音响的组成部分 14

一、主机 14

二、功放（功率放大器） 14

三、扬声器 14

四、其他部分 15

第二章 中国汽车用品产业 17

第一节 中国汽车用品产业概况 17

一、中国汽车用品行业发展状况 17

三、汽车用品的品牌与连锁分析 17

四、汽车用品市场价格竞争分析 19

五、汽车用品网络销售渠道分析 21

六、中国汽车用品超市发展优势 21

七、汽车用品市场广告投放策略 23

第二节 汽车用品市场发展分析 24

一、汽车用品行业主要细分市场概况 24

二、中国汽车用品细分市场特征分析 25

第三节 中国汽车用品市场形势预测 26

一、汽车用品电子商务将对传统销售渠道造成冲击 26

二、汽车用品产品销售延伸细化，价格战转为服务战 27

三、电子行业将进入白热化竞争状态 27

第三章 汽车音响产业 28

第一节 世界汽车音响产业 28

一、全球汽车音响发展简况 28

二、美国汽车音响发展态势 29

三、欧洲汽车音响发展态势 30

四、日本汽车音响发展态势 32

第二节 中国汽车音响产业概况 32

一、中国汽车音响进入国际汽车产业链 32

二、国内汽车音响行业发展现状 33

- 三、中国汽车产业引领汽车音响迅速发展 34
- 四、中国车载音响配置发展分析 34
- 五、中国车用元器件发展分析 36
- 第三节 汽车音响改装行业 36
 - 一、汽车音响改装的原则分析 36
 - 二、汽车音响改装市场的三个价位 37
 - 三、汽车音响改装设计方案 38
 - 四、汽车音响改装技术市场解析 39
 - 五、汽车音响改装行业的瓶颈分析 41
 - 六、汽车音响改装行业期待和谐发展 41
- 第四节 中国汽车音响产业发展中存在的问题 42
 - 一、中国汽车音响行业存在的问题分析 42
 - 二、中国中小汽车音响企业面临的困境 43
 - 三、售后服务不完善严重制约行业发展 44
 - 四、中国汽车音响行业缺乏强大自主品牌 45
- 第五节 中国汽车音响业的发展策略 45
 - 一、加大资源整合，打造规模优势 45
 - 二、加强汽车音响售后服务，满足个性化需求 45
 - 三、打造汽车音响知名品牌，提升产品吸引力 46

第四章 汽车音响市场分析 48

- 第一节 中国汽车音响市场概况 48
- 第二节 中国汽车音响市场容量分析 48
- 第三节 中国汽车音响经销状况分析 48
- 第四节 中国汽车音响功能设计分析 49
- 第五节 中国汽车音响等汽车电子产品市场分析 51
 - 一、汽车音响等汽车电子产品市场现状分析 51
 - 二、汽车音响等汽车电子市场规模分析 51
 - 三、汽车音响等汽车电子产品市场特点分析 52
 - (一) 汽车电子产品应用向广度和深度发展 52
 - (二) 与舒适、娱乐相关的车身电子与车载电子普及速度加快 52
 - (三) 本土汽车电子厂商激活后装市场 53

(四) 后装市场推动前装市场发展 54

四、汽车音响等汽车电子产品市场发展趋势 54

(一) 市场趋势 54

(二) 产品趋势 55

(三) 应用趋势 55

第五章 汽车音响产业竞争态势分析 57

第一节 国外企业抢占中国市场的形势 57

一、外资品牌强势进入中国汽车音响市场 57

二、外企争相抢食中国汽车音响市场份额 57

三、日本澳德巴克斯进入中国市场 58

第二节 国内汽车音响市场竞争现状 59

一、汽车音响参与国际竞争要点 59

二、汽车音响企业资源整合状况 60

三、汽车音响市场国内品牌占有率提升 60

四、汽车音响企业一体机同质竞争分析 61

第三节 2013-2014年汽车音响最新动态 61

一、歌尔声学收购丹麦高端音响品牌 61

二、Bose携手保时捷打造优质汽车音响音质 62

第三节 汽车音响竞争策略分析 63

一、汽车音响营销策略分析 63

二、国产汽车音响多品牌战略 65

三、汽车音响企业单一品牌战略 68

四、价格战转变为价值战 68

第六章 汽车音响市场销售渠道分析 70

第一节 汽车音响销售渠道 70

一、汽车音响渠道经销商分析 70

二、汽车音响行业的宣传渠道概括 70

三、汽车音响业的4P营销组合分析 71

四、汽车音响行业连锁经营解析 72

五、汽车音响市场网络营销分析 73

六、汽车音响市场渠道策略分析	74
第二节 汽车用品4S店的营销模式	75
一、汽车音响4S店的经营状况	75
二、汽车音响4S店面临的挑战	76
三、汽车音响经销商的4S店战略	76
四、汽车音响经销商利用4S店渠道的案例分析	78
第三节 汽车音响Car-Hifi论坛模式分析	84
一、Car-Hifi论坛基本情况分析	84
二、Car-Hifi论坛市场定位分析	85
三、Car-Hifi论坛营销方式分析	86
第四节 汽车音响营销分析	89
一、汽车音响市场营销行为亟待规范	89
二、汽车音响营销渠道存在病变	90
三、未来汽车音响终端营销新模式分析	90
四、雷诺汽车音响营销新模式值得借鉴	91

第七章 汽车音响主要组成部分介绍 93

第一节 主机 93

一、主机的细分	93
二、主机的参数	94
三、主机的主要技术	95
四、中国汽车音响主机市场发展状况	98

第二节 功放 99

一、功放主要性能指标	99
二、功放的分类	100
三、功放的基本设置功能	101
四、国内汽车音响功放市场发展状况	102

第三节 扬声器 103

一、扬声器的特征	103
二、扬声器的种类	103
三、扬声器的主要指标	105
四、中国汽车扬声器市场现状分析	106

五、中国汽车扬声器市场发展状况 108

第八章 重点汽车音响企业分析 109

第一节 美国重点汽车音响企业 109

一、莱福 109

(一) 公司概况 109

(二) 品牌竞争力分析 109

(三) 公司国际化战略发展分析 110

二、BOSE 111

(一) 公司概况 111

(二) 公司产品分析 111

三、波士顿 111

(一) 公司概况 111

(二) 公司产品分析 112

四、Mitek音响集团 113

(一) 公司概况 113

(二) 公司产品分析 113

第二节 日本重点汽车音响企业 114

一、JVC 114

(一) 公司概况 114

(二) 品牌及产品竞争优势分析 114

(三) 公司国际化战略发展分析 114

二、先锋 115

(一) 公司概况 115

(二) 品牌及竞争优势分析 115

(三) 公司国际化战略发展分析 115

三、歌乐 116

(一) 公司概况 116

(二) 公司产品开发情况 116

四、阿尔派 116

(一) 公司概况 116

(二) 公司在华投资情况 116

第三节 欧洲重点汽车音响企业 117

一、英国曼琴MACROM 117

- (一) 公司概况 117
- (二) 公司产品开发及经营情况 117
- (三) 公司在华市场发展情况 118
- (四) 品牌及产品竞争力分析 118

二、德国蓝宝 119

- (一) 公司概况 119
- (二) 公司在华市场发展动态分析 119
- (三) 品牌及产品竞争力分析 120
- (四) 公司国际化战略发展分析 120

三、法国FOCAL 121

- (一) 公司概况 121
- (二) 公司音响业务发展情况 121
- (三) 公司技术竞争优势分析 122

第四节 中国重点汽车音响企业 122

一、漫步者股份公司 122

- (一) 企业基本情况介绍 122
- (二) 企业主营业务分析 123
- (三) 企业经营情况分析 123
- (四) 企业营销网络分析 125
- (五) 企业竞争优势分析 125

二、深圳市航盛电子股份有限公司 126

- (一) 企业发展基本情况 126
- (二) 企业主要产品分析 127
- (三) 企业主要经济指标 127
- (四) 企业经营效益分析 128
- (五) 企业销售网络分析 128
- (六) 企业竞争优势分析 129

三、珠海惠威科技有限公司 129

- (一) 企业发展基本情况 129
- (二) 企业主要产品分析 130

- (三) 企业主要经济指标 131
- (四) 企业经营效益分析 131
- (五) 企业销售网络分析 131
- (六) 企业竞争优势分析 132

四、惠州市德赛西威汽车电子有限公司 133

- (一) 企业发展基本情况 133
- (二) 企业主要产品分析 133
- (三) 企业主要经济指标 134
- (四) 企业经营效益分析 134
- (五) 企业销售网络分析 135
- (六) 企业竞争优势分析 135

五、安徽森力汽车电子有限公司音响 136

- (一) 企业发展基本情况 136
- (二) 企业主要产品分析 136
- (三) 企业主要经济指标 137
- (四) 企业经营效益分析 137
- (五) 企业合作伙伴分析 137
- (六) 企业竞争优势分析 138

第九章 博思数据关于汽车音响产业发展趋势预测 139

第一节 汽车用品产业未来发展前景 139

- 一、中国汽车用品市场未来前景可期 139
- 二、汽车用品生产与经销发展方向 139
- 三、未来汽车电子产品发展趋势 140

第二节 汽车音响发展趋势分析 141

- 一、中国汽车音响发展前景广阔 141
- 二、中国汽车音响行业未来机遇与危机并存 142
- 三、未来中国汽车音响行业发展趋势 142

第三节 汽车音响业技术发展走向

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家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/peijian1411/613827CZJA.html>