

2015- 2020年中国音箱行业分析及发展预测报告

ASKCI CONSULTING CO.,LTD

一、调研说明

中商产业研究院全新发布的《2015-2020年中国音箱行业分析及发展预测报告》主要依据国家统计局、国家发改委、商务部、中国海关、国务院发展研究中心、行业协会、工商、税务、海关、国内外相关刊物的基础信息以及行业研究单位等公布和提供的大量资料，结合深入的市场调研资料，由中商产业研究院的资深专家和研究人员进行分析。首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述，其次，对本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局等进行了细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，并分析相关经营财务数据。最后，对该行业未来的发展前景，投资风险及投资策略给出科学的建议。本报告是行业生产、贸易、经销等企业在激烈的市场竞争中洞察市场先机，根据市场需求及时调整经营策略，为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供了准确的市场情报信息及科学的决策依据。

报告名称	2015-2020年中国音箱行业分析及发展预测报告
出版日期	2014年12月
报告格式	PDF电子版或纸介版
交付方式	Email发送或EMS快递
中文价格	印刷版9500元 电子版9500元 中文印刷版+电子版9800元
订购热线	400-666-1917 400-788-9700

【版权声明】

本报告由中商产业研究院出品，报告版权归中商产业研究院所有。本报告是中商产业研究院的研究与统计成果，报告为有偿提供给购买报告的客户使用。未获得中商产业研究院书面授权，任何网站或媒体不得转载或引用，否则中商产业研究院有权依法追究其法律责任。如需订阅研究报告，请直接联系本网站，以便获得全程优质完善服务。中商产业研究院是中国拥有研究人员数量最多，规模最大，综合实力最强的咨询研究机构，公司每天都会接受媒体采访及发布大量产业经济研究成果。在此，我们诚意向您推

□□□□□□□□□□

□□□□□ □□□□□ □□□□□ □□□□□ □□□□□

□□□□□□□□□□

IPO□□□□ □□□□□ □□□□□ □□□□ □□□□ □□□□ □□□□ □□□□□ □□□□□
□□□□

二、研究报告目录

第一章 音箱行业相关概述	10
第一节 音箱行业相关概述	10
一、产品概述	10
二、产品特点	10
三、产品用途	13
第二节 音箱行业经营模式分析	13
一、生产模式	13
二、采购模式	14
三、销售模式	14
第二章 2014年音箱行业发展环境分析	16
第一节 2014年中国经济发展环境分析	16
一、中国GDP增长情况分析	16
二、工业经济发展形势分析	17
三、社会固定资产投资分析	18
四、全社会消费品零售总额	19
五、城乡居民收入增长分析	20
六、居民消费价格变化分析	21
七、对外贸易发展形势分析	22
第二节 中国音箱行业政策环境分析	23
一、行业监管管理体制	23
二、行业主要法律法规	23
三、行业相关政策分析	24
四、进出口政策影响分析	25
第三节 中国音箱行业技术环境分析	26
一、行业技术发展概况	26

二、行业技术发展现状	28
三、技术工艺流程	33
四、行业技术发展趋势	34
第三章 中国音箱市场供需分析	36
第一节 中国音箱市场发展状况分析	36
一、多媒体音箱市场稳定发展	36
二、家居音箱市场稳中有升	36
三、便携式小音箱更具针对性	37
四、蓝牙音箱独领风骚	37
五、Wifi音箱崭露头角	38
第二节 2009-2020年中国音箱市场供给状况	38
一、中国音箱产量分析	38
（一）组合音响	38
（二）音箱.音柱	39
（三）专业用音箱(厅堂馆所)	40
（四）家庭用音箱	40
二、2015-2020年中国音箱产量预测	40
第三节 2009-2020年中国音箱市场需求状况	42
一、中国音箱需求分析	42
（一）组合音响	42
（二）多媒体音箱	43
（三）音箱.音柱	45
（四）专业用音箱(厅堂馆所)	45
（五）家庭用音箱	45
二、2015-2020年中国音箱需求预测	47
第四节 2014年中国音箱市场价格分析	49
第四章 中国音箱行业产业链分析	52
第一节 音箱行业产业链概述	52

第二节 音箱上游产业发展状况分析	52
一、电子元器件行业发展分析	52
(一) 电子元件行业发展概况	52
(二) 扬声器产销情况	53
(三) PCB产业发展分析	54
二、塑胶化工行业发展概况	55
三、五金件行业发展分析	56
四、上游行业对音箱市场的影响分析	57
第三节 音箱下游应用需求市场分析	58
一、中国音箱市场需求环境分析	58
(一) 中国计算机行业发展概况	58
(二) 中国计算机市场产销分析	59
二、IT卖场	60
三、家电卖场/百货商场	60
四、城镇居民耐用消费品支出分析	60
五、下游行业对音箱市场的影响分析	61
第五章 2009-2014年音箱进出口数据分析	62
第一节 2009-2014年中国单喇叭音箱进出口分析	62
一、2009-2014年中国单喇叭音箱进口分析	62
(一) 单喇叭音箱进口数量情况	62
(二) 单喇叭音箱进口金额分析	62
(三) 单喇叭音箱进口来源分析	63
(四) 单喇叭音箱进口价格分析	64
二、2009-2014年中国单喇叭音箱出口分析	64
(一) 单喇叭音箱出口数量情况	64
(二) 单喇叭音箱出口金额分析	65
(三) 单喇叭音箱出口流向分析	65
(四) 单喇叭音箱出口价格分析	66

第二节2009-2014年中国多喇叭音箱进出口分析	67
一、2009-2014年中国多喇叭音箱进口分析	67
(一) 多喇叭音箱进口数量情况	67
(二) 多喇叭音箱进口金额分析	67
(三) 多喇叭音箱进口来源分析	68
(四) 多喇叭音箱进口价格分析	69
二、2009-2014年中国多喇叭音箱出口分析	69
(一) 多喇叭音箱出口数量情况	69
(二) 多喇叭音箱出口金额分析	70
(三) 多喇叭音箱出口流向分析	70
(四) 多喇叭音箱出口价格分析	71
第六章 音箱生产厂商竞争力分析	73
第一节 上海 飞乐音响股份有限公司	73
一、企业基本情况	73
二、企业音箱产品介绍	73
三、企业经营情况分析	74
四、企业竞争优势分析	75
五、企业发展动态分析	75
第二节 国光电器股份有限公司	76
一、企业基本情况	76
二、企业音箱产品介绍	76
三、企业经营情况分析	77
四、企业竞争优势分析	78
五、企业发展动态分析	80
第三节 深圳市漫步者科技股份有限公司	80
一、企业基本情况	80
二、企业音箱产品介绍	81
三、企业经营情况分析	82

四、企业营销网络分析	84
五、企业竞争优势分析	84
六、企业投资项目分析	85
第四节 深圳市奋达科技股份有限公司	87
一、企业基本情况	87
二、企业音箱产品介绍	87
三、企业经营情况分析	88
四、企业竞争优势分析	90
五、企业发展动态分析	90
第五节 通力电子控股有限公司	91
一、企业概况	91
二、企业主营产品分析	91
三、企业经营情况分析	92
四、企业经济指标分析	93
五、企业盈利能力分析	94
六、企业偿债能力分析	94
七、企业运营能力分析	94
八、企业成本费用分析	95
第六节 雅马哈电子（苏州）有限公司	96
一、企业发展基本情况	96
二、企业主要产品分析	96
三、企业主要经济指标	97
四、企业经营效益分析	97
五、企业销售网络分析	98
六、企业竞争优势分析	98
第七节 深圳市三诺电子有限公司	99
一、企业发展基本情况	99
二、企业主要产品分析	99

三、企业主要经济指标	100
四、企业经营效益分析	100
五、企业销售网络分析	100
六、企业竞争优势分析	101
第八节 广州飞达音响专业器材有限公司	102
一、企业发展基本情况	102
二、企业主要产品分析	103
三、企业主要经济指标	104
四、企业经营效益分析	104
五、企业销售网络分析	104
六、企业竞争优势分析	105
第九节 深圳麦博电器有限公司	105
一、企业发展基本情况	105
二、企业主要产品分析	106
三、企业主要经济指标	106
四、企业经营效益分析	107
五、企业销售网络分析	107
六、企业竞争优势分析	107
第十节 四川 湖山电器有限责任公司	108
一、企业发展基本情况	108
二、企业主要产品分析	109
三、企业销售网络分析	109
四、企业竞争优势分析	110
第十一节 广州惠威电器有限公司	111
一、企业发展基本情况	111
二、企业主要产品分析	111
三、企业主要经济指标	112
四、企业经营效益分析	112

五、企业销售网络分析	113
六、企业竞争优势分析	114
第七章 2015-2020年中国音箱行业发展趋势与前景分析	115
第一节 2015-2020年中国音箱行业投资前景分析	115
一、音箱行业发展前景	115
二、音箱发展趋势分析	115
三、音箱市场前景分析	115
第二节 2015-2020年中国音箱行业投资风险分析	116
一、产业政策风险	116
二、原材料风险分析	116
三、市场竞争风险	116
四、技术风险分析	117
第三节 2015-2020年音箱行业投资策略及建议	117
第八章 音箱企业投资战略与客户策略分析	119
第一节 音箱企业发展战略规划背景意义	119
一、企业转型升级的需要	119
二、企业做大做强的需要	119
三、企业可持续发展需要	119
第二节 音箱企业战略规划制定依据	119
一、国家产业政策	119
二、行业发展规律	120
三、企业资源与能力	120
四、可预期的战略定位	120
第三节 音箱企业战略规划策略分析	120
一、战略综合规划	120
二、技术开发战略	121
三、区域战略规划	121
四、产业战略规划	121

五、营销品牌战略	122
六、竞争战略规划	123
第四节 音箱企业重点客户战略实施	124
一、重点客户战略的必要性	124
二、重点客户的鉴别与确定	127
三、重点客户的开发与培育	128
四、重点客户市场营销策略	132

图表目录

图表 1 音箱行业生产模式示意图	14
图表 2 音箱行业销售模式流程示意图	15
图表 3 2009-2014年中国国内生产总值及增长变化趋势图	16
图表 4 2013-2014年国内生产总值构成及增长速度统计	17
图表 5 2013年中国规模以上工业增加值及增长速度趋势图	18
图表 6 2014年中国规模以上工业增加值及增长速度趋势图	18
图表 7 2009-2014年中国全社会固定资产投资增长趋势图	19
图表 8 2009-2014年中国社会消费品零售总额及增长速度趋势图	20
图表 9 2009-2014年城镇居民人均可支配收入及增长趋势图	21
图表 10 2014年中国居民消费价格月度变化趋势图	22
图表 11 2009-2014年中国进出口总额增长趋势图	23
图表 12 音箱行业及相关产业政策	24
图表 13 音箱产品的生产工艺流程图	34
图表 14 2009-2014年中国组合音响产量统计	39
图表 15 2009-2014年中国组合音响产量变化趋势图	39
图表 16 2009-2013年中国音箱、音柱主要统计企业产量情况	39

图表 172009-2013年中国专业用音箱(厅堂馆所)主要统计企业产量情况	40
图表 182010-2013年中国家庭用音箱主要统计企业产量情况	40
图表 192015-2020年中国组合音响产量预测图	41
图表 202009-2014年中国组合音箱销量统计	42
图表 212007-2013年中国城镇居民家庭平均每百户组合音响年底拥有量统计	42
图表 222012-2013年中国家用音响电子设备产销量统计	43
图表 232008-2014年中国多媒体音箱销售情况统计	44
图表 242009-2013年中国音箱.音柱主要统计企业销量情况	45
图表 252009-2013年中国专业用音箱(厅堂馆所)主要统计企业销量情况	45
图表 262010-2013年中国家庭用音箱主要统计企业销量情况	46
图表 272008-2014年中国家用音箱零售量变化趋势图	46
图表 282008-2014年中国家用音箱零售额变化趋势图	47
图表 292015-2020年中国组合音箱销量预测趋势图	47
图表 302015-2020年中国多媒体音箱销量预测趋势图	48
图表 312015-2020年中国多媒体音箱销售额预测趋势图	48
图表 322015-2020年中国家用音箱零售量变化趋势图	49
图表 332015-2020年中国家用音箱零售额变化趋势图	49
图表 342014年音箱热门产品及价格情况	50
图表 352013-2014年中国电子元件经济指标统计	53
图表 362008-2013年中国扬声器产量及销量统计	54
图表 372013年中国扬声器细分产品产量及销量统计	54
图表 382013-2014年中国橡胶和塑料制品业经济指标统计	55
图表 392013-2014年中国计算机行业经济指标统计	58
图表 402009-2014年中国微型计算机产量统计	59
图表 412011-2013年中国平板电脑出货量统计	60
图表 422008-2013中国城镇居民家庭耐用消费品人均年消费支出	61
图表 432009-2014年中国单喇叭音箱进口数量统计	62
图表 442009-2014年中国单喇叭音箱进口金额统计	62

图表 452013年中国单喇叭音箱进口来源地情况	63
图表 462013年中国单喇叭音箱进口来源地结构	64
图表 472009-2014年中国单喇叭音箱进口均价	64
图表 482009-2014年中国单喇叭音箱出口数量统计	65
图表 492009-2014年中国单喇叭音箱出口金额统计	65
图表 502013年中国单喇叭音箱出口流向情况	66
图表 512013年中国单喇叭音箱出口流向结构	66
图表 522009-2014年中国单喇叭音箱出口均价	67
图表 532009-2014年多喇叭音箱进口数量统计	67
图表 542009-2014年多喇叭音箱进口金额统计	68
图表 552013年中国多喇叭音箱进口来源地情况	68
图表 562013年中国多喇叭音箱进口来源地结构	69
图表 572009-2014年中国多喇叭音箱进口均价	69
图表 582009-2014年中国多喇叭音箱出口数量统计	70
图表 592009-2014年中国多喇叭音箱出口金额统计	70
图表 602013年中国多喇叭音箱出口流向情况	71
图表 612013年中国多喇叭音箱出口流向结构	71
图表 622009-2014年中国多喇叭音箱出口均价	72
图表 63上海飞乐音响股份有限公司音箱产品图示	73
图表 642014年上海飞乐音响股份有限公司主营业务分产品情况表	74
图表 652014年上海飞乐音响股份有限公司业务结构情况	74
图表 662014年上海飞乐音响股份有限公司主营业务分地区情况表	75
图表 672011-2014年上海飞乐音响股份有限公司收入及利润统计	75
图表 68国光电器股份有限公司音箱产品图示	76
图表 692014年国光电器股份有限公司主营业务分行业及分产品情况表	77
图表 702014年国光电器股份有限公司业务结构情况	78
图表 712014年国光电器股份有限公司主营业务分地区情况表	78
图表 722011-2014年国光电器股份有限公司收入及利润统计	78

图表 73深圳市漫步者科技股份有限公司产品系列情况表	81
图表 74深圳市漫步者科技股份有限公司音箱产品图示	82
图表 752014年深圳市漫步者科技股份有限公司主营业务分产品情况表	83
图表 762014年深圳市漫步者科技股份有限公司业务结构情况	83
图表 772014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	83
图表 782011-2014年深圳市漫步者科技股份有限公司收入及利润统计	83
图表 79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	84
图表 80深圳市漫步者科技股份有限公司年产860万套多媒体音箱建设项目	86
图表 81 深圳市奋达科技股份有限公司产品情况表	87
图表 82深圳市奋达科技股份有限公司音箱产品图示	88
图表 832014年深圳市奋达科技股份有限公司主营业务分行业及分产品情况表	89
图表 842014年深圳市奋达科技股份有限公司业务结构情况	89
图表 852014年深圳市奋达科技股份有限公司主营业务分地区情况表	89
图表 862011-2014年深圳市奋达科技股份有限公司收入及利润统计	90
图表 87通力电子控股有限公司主要音箱产品示意图	92
图表 882014年通力电子控股有限公司分产品情况表	93
图表 892014年通力电子控股有限公司业务结构情况	93
图表 902012-2014年通力电子控股有限公司收入与利润统计	93
图表 912011-2014年通力电子控股有限公司资产与负债统计	94
图表 922012-2014年通力电子控股有限公司盈利能力情况	94
图表 932011-2014年通力电子控股有限公司偿债能力情况	94
图表 942012-2014年通力电子控股有限公司运营能力情况	95
图表 952012-2014年通力电子控股有限公司成本费用统计	95
图表 962014年通力电子控股有限公司成本费用结构图	95
图表 97雅马哈电子（苏州）有限公司基本情况	96
图表 98雅马哈电子（苏州）有限公司音箱产品图示	97
图表 992012-2013年雅马哈电子（苏州）有限公司收入及利润情况	97
图表 1002012-2013年雅马哈电子（苏州）有限公司盈利能力指标	97

图表 101雅马哈电子（苏州）有限公司全国营销网络分布	98
图表 102深圳市三诺电子有限公司基本情况	99
图表 103深圳市三诺电子有限公司音箱产品图示	99
图表 1042012-2013年深圳市三诺电子有限公司收入及利润情况	100
图表 1052012-2013年深圳市三诺电子有限公司盈利能力指标	100
图表 106深圳市三诺电子有限公司全国营销网络分布表	101
图表 107广州飞达音响专业器材有限公司基本情况	103
图表 108广州飞达音响专业器材有限公司产品情况表	103
图表 1092012-2013年广州飞达音响专业器材有限公司收入及利润情况	104
图表 1102012-2013年广州飞达音响专业器材有限公司盈利能力指标	104
图表 111深圳麦博电器有限公司基本情况	106
图表 112深圳麦博电器有限公司音箱产品图示	106
图表 1132012-2013年深圳麦博电器有限公司收入及利润情况	107
图表 1142012-2013年深圳麦博电器有限公司盈利能力指标	107
图表 115四川湖山电器有限责任公司基本情况	108
图表 116四川湖山电器有限责任公司产品情况表	109
图表 117四川湖山电器有限责任公司音箱产品图示	109
图表 118四川湖山电器有限责任公司全国营销网络分布图	110
图表 119广州惠威电器有限公司基本情况	111
图表 120广州惠威电器有限公司音箱产品图示	112
图表 1212012-2013年广州惠威电器有限公司收入及利润情况	112
图表 1222012-2013年广州惠威电器有限公司盈利能力指标	112
图表 123广州惠威电器有限公司全国营销网络分布表	113
图表 124重点客户管理与企业战略规划	125

访问中商产业研究院：<http://www.askci.com>

报告在线阅读：<http://www.askci.com/reports/2014/12/30/144321b7cg.shtml>

□□□□□□□□□□

□□□□□ □□□□□ □□□□□ □□□□□ □□□□□

□□□□□□□□□□

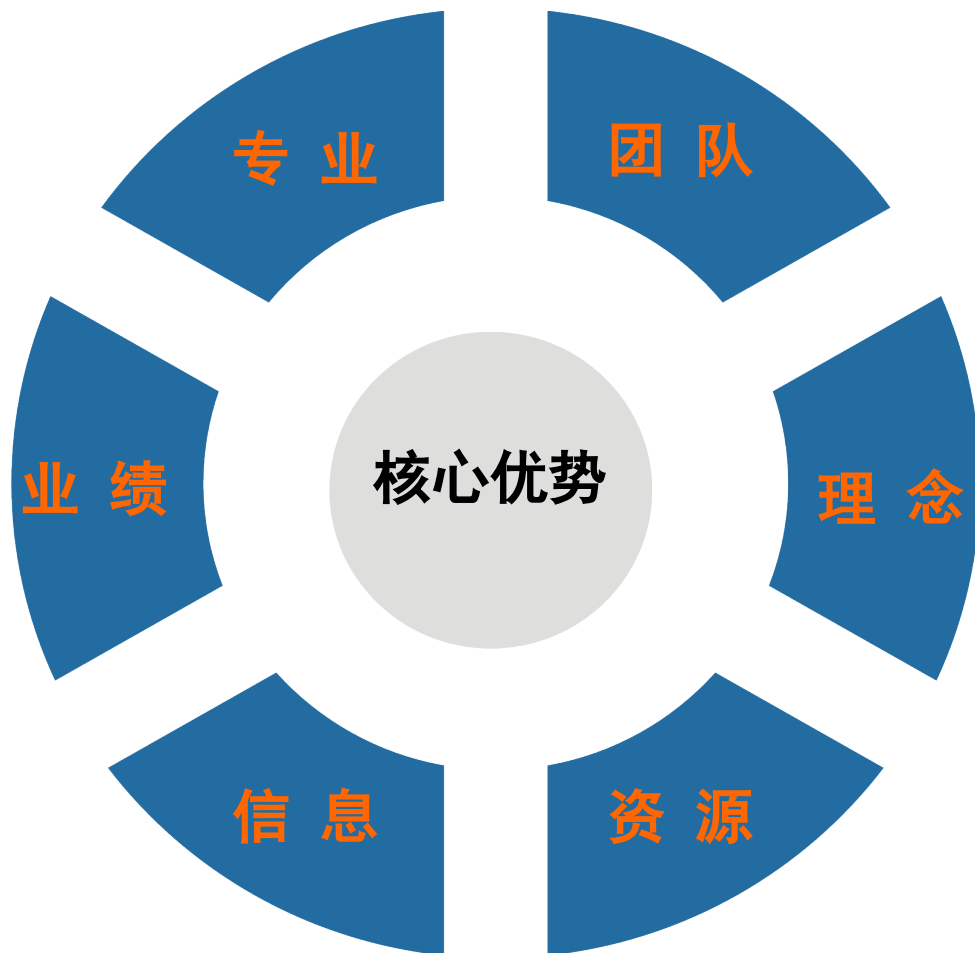
IPO□□□□ □□□□ □□□□ □□□□ □□□□ □□□□ □□□□ □□□□ □□□□ □□□□
□□□□

三、研究机构

公司介绍



核心优势





中商产业研究院订购单回执表

单位全称: _____ 部 门: _____

联系人: _____ 联系电话: _____

地址/邮编: _____ 手 机: _____

E-mail: _____ 传 真: _____

报告名称: _____

报告格式: _____

付款方式: 银行 邮局 支票 其他 订购数量: _____ 份

请选择报告版本: _____

1PDF电子版9000元/份 2印刷版9000元/份 3PDF电子版+印刷版9000元/份

总计金额: _____万 _____仟 _____佰 _____拾 _____元 (小写: _____元)

预计付款日期: _____年 _____月 _____日

指定账号:

开户行: 中国工商银行深圳市分行

开户名: 深圳中商产业研究院有限公司

帐 号: 4000 0230 0920 1417 009

款到后, 发票随后寄发。此账号为唯一指定账号。

联系方式：

研究报告：400-666-1917

可研报告&商业计划书：400-788-9700

IPO咨询专线：400-788-9689

市场调研：400-666-1917

产业园区咨询专线：400-788-9700

政府投资规划咨询热线：400-788-9700

北京：北京市朝阳区东四环中路41号嘉泰国际大厦B座13层（中国纺织科学研究院）

深圳：深圳市福田区红荔路1001号银盛大厦7层（团市委办公大楼）

香港：香港皇后大道中183号中远大厦19楼

传真：0755-25407715/010-83525881

网址：<http://www.askci.com>

电邮：service@askci.com

备注：请将订阅信息填好后，传真至我中心客服部，款到后发票随后寄发。