

# 2018-2023年中国家用影视设备行业分析报告- 市场深度调研与投资前景预测

报告大纲

观研报告网

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

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2018-2023年中国家用影视设备行业分析报告-市场深度调研与投资前景预测》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/jiadianchanye/316333316333.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

### 音响发烧友降温原因浅析

#### 一是网络的迅速普及和数字产品的诱惑

科学技术的飞速发展，加快了网络的普及与渗透，世界一夜之间变小了，在这个虚拟的世界里，派生出了许许多多的“虚”与“实”，“有”与“无”。功能强大的电脑，改变着人们的思想观念和生活方式，特别是对于年轻人而言，丰富多彩的虚拟世界显然比现实生活有着更多的精彩，更具吸引力，如现在最流行的聊天工具QQ，它集娱乐、聊天、音乐等于一身，其简单快捷的操作方式，迎合了现代人的思想，吸引了众多的人参与，其中不乏音响发烧友，使一部分人变成了名符其实的“网虫”，每天十几个小时的上线时间，在O友中屡见不鲜。于是乎，当网络在他们的心目中占据着越来越重要的地位时，音响发烧被逐渐淡忘也就不足为奇了。

与此同时，各种铺天盖地的数字产品，如数字电视、手提电脑、摄像机、数码相机、手机、MP3、MP4、PS游戏机等，完全渗透到人类的生活当中，由于这些东西都同时具有超强的实用性和娱乐性，因此，吸引着众多时尚人士的眼球，由于大家都是凡人，因此音响发烧友也难挡诱惑，于是有的干脆就“弃明投暗”，心甘情愿做数字产品的“奴隶”了，哪里还有心思发烧。

#### 二是网络音乐的冲击

二十世纪八十年代中期，一种名为MP3的音乐在德国被发明出来，它属于MPEG影音压缩算法中针对音乐部分所制定的标准，录制压缩比例为10：1-12：1，立体声格式。MP3与CD相比，有一定程度的失真，但又不至于让一般人听出太多破绽，由于其较高的压缩比，使得MP3可以在很小的储存器中存放大量的音乐，因此，在网络上广泛流行，不论是直接在电脑上播放，或是下载使用，都十分方便。当时，就曾经有人担心MP3会对以CD为载体的高保真HI-FJ音乐产生不良影响，但却没有引起足够的重视。目前，方便实用的MP3播放器、MP3手机、MP3商务通、MP3录音笔等，更是成为了年轻人的最爱。在此情况之下，其结果就是，听音乐的人多了，发烧友人数却减少了。而事实上，MP3对人耳会产生极大伤害，这一点是许多用户所没想到的。

#### 三是文化娱乐的多样性与快节奏的生活方式

进入二十一世纪，形式多样的文化娱乐活动，如雨后春笋般涌现出来，网络、数字电视、电影、歌舞厅、茶吧、旅游、探险、看球等等，强烈地吸引并刺激着人们的眼球，令人无法抗拒。其主要的特点是：个体行为为主，娱乐性强，自由度高，彰显个性，符合现代人特别是年轻人的人生观及价值取向，与这些看起来既炫又酷的活动相比，坐在家中发烧显然不符合年轻人追求拉风的心态，因此，吸引了众多的音响发烧友，随着时间的推移，慢慢地就失去了对音响发烧的兴趣。

在现代社会中，经济越发展，人们的生活越是呈现出多元化快节奏的趋势。在很多地

方，特别是在大都市中，受经济利益的驱使，很多人在已经有正式工作的情况下，有的还身兼它职，甚至身兼多职，使得人们能够自己支配的时间就少了许多，因此，大家常说的一句话就是“忙，没时间”，而在这些人当中，就有相当一部分音响发烧友，如此情形之下，发烧友降温，也就在情理之中了。

还有一部分发烧友，在积累了一定的发烧经验，并有了相应的知名度之后，受市场经济的影响，弃“音”从“商”，开起了自己的音响店，当起了老板，这本来是一件皆大欢喜之事，可谁能想到，商场如战场，竞争异常激烈，为了求得更大的发展，必须投入大量的人力、物力，而这一切，必然消耗老板大量的时间和精力，长此以往，发烧也只能是一种奢望罢了。

#### 四是缺乏自己的组织

众所周知，在国内，有许许多多的协会，大到如“中国作家协会”、“中国音乐家协会”、“中国摄影家协会”、“中国电子工业音响协会”等等，小到各地自发组织成立的各种协会，它都是上下关联，相互照应的。如国家级的“中国摄影家协会”，下面还有“xx省摄影家协会”、“xx州摄影家协会”、“xx县摄影协会”，只要你对摄影感兴趣，就可以根据自己所取得的成绩，加入相应级别的协会。而作为音响发烧友，加入“中国音乐家协会”嘛，自己可能并不懂作曲，加入“中国电子工业音响协会”嘛，自己又不是企业的代表，因此，很难找到适合自己加入的协会，由于没有自己的组织，活动很难开展，所以发烧友们只能是一盘散沙，各自为阵。在有些城市中，发烧友们自发成立了“音响爱好者协会”，这是相当难得的一件太好事，但就全国而言，这样的协会实在是太少了。

#### 五是发烧友年龄老化

音响发烧友年龄的老化，是一个无法回避的现实问题，应该引起社会的广泛关注，这里所言的年龄老化，主要是指而立之年以上的人比较多，而30岁以下的年轻人，所占的比例却越来越小。从目前的情况来看，可将其粗略划分为三个年龄段：16-29岁以内，人数较少；30-55岁，人数最多；而56岁以上的，人数则是寥寥无几。

一支队伍要有活力，年轻人是最强大的生力军，其中人数最多的，莫过于大学、中学里的学生，他们年轻气盛，思想活跃，充满活力，是社会发展进步的主要动力之一，但是，就目前的情况看，学生当中的发烧友人数是越来越少(这里不单单指音响发烧)，特别是在中学，这种现象更为突出。为什么会出现这样的情况呢?观研天下多次到一些中学就这一问题与师生交谈，了解到了一些情况：上世纪九十年代之前，学生发烧友占有一定的比例，学生在完成学习任务的前提下，学校还组织开展多种文体活动，丰富学生的课余生活，但后来，由于学校对学生成绩好与坏的评判，只以分数论英雄，为了求得分值的最大化，学校开始实行封闭式管理，也就是不让学生回家，把几乎所有的时间都用在在学习上，试想一下，在这样的环境中，学生们还能有什么个人的爱好吗?

三网融合下的语音、数据和广播电视业务融合示意图 资料来源：公开资料整理 观研天下发布的《2018-2023年中国家用影视设备行业分析报告-市场深度调研与投资前景预测》内

容严谨、数据翔实，更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展动向、市场前景、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资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。

## 【报告大纲】

### 第一章 家用影视设备行业发展背景

#### 1.1 报告研究背景及方法

##### 1.1.1 行业研究背景

##### 1.1.2 来源及口径

(1) 行业统计部门和统计口径

(2) 行业统计方法及数据种类

##### 1.1.3 行业定义及分类

(1) 家用影视设备的定义

(2) 家用影视设备主要分类

#### 1.2 行业链结构

##### 1.2.1 行业产业链结构简介

##### 1.2.2 行业上游供应市场分析

##### 1.2.3 行业下游应用结构分析

#### 1.3 家用影视设备行业市场结构分析

##### 1.3.1 行业产品结构分析

##### 1.3.2 行业区域结构分析

##### 1.3.3 产品应用结构分析

#### 1.4 中国家用影视设备行业市场状况

##### 1.4.1 市场波特五力分析

##### 1.4.2 市场竞争方式分析

##### 1.4.3 市场竞争格局分析

##### 1.4.4 行业投资兼并与重组分析

(1) 行业投资兼并与重组概况

- (2) 行业投资兼并与重组动向
- (3) 行业投资兼并与重组趋势

## 第二章 国内外家用影视设备行业总体产销形势

### 2.1 全球家用影视设备行业产销分析

- 2.1.1 全球家用影视设备产销规模分析
- 2.1.2 全球家用影视设备行业竞争格局
- 2.1.3 全球家用影视设备市场结构分析
- 2.1.4 全球家用影视设备行业规模预测

### 2.2 发达国家家用影视设备行业产销需求分析

- 2.2.1 美国家用影视设备行业产销需求分析
- 2.2.2 日本家用影视设备行业产销需求分析
- 2.2.3 德国家用影视设备行业产销需求分析

### 2.3 家用影视设备行业进出口形势分析

- 2.3.1 家用影视设备行业进出口状况综述
- 2.3.2 家用影视设备行业出口市场分析

#### (1) 2017年行业出口分析

- 1) 行业出口整体情况
- 2) 行业出口产品结构

#### (2) 2017年行业出口分析

- 1) 行业出口整体情况
- 2) 行业出口产品结构

### 2.3.3 家用影视设备行业进口市场分析

#### (1) 2017年行业进口分析

- 1) 行业进口整体情况
- 2) 行业进口产品结构

#### (2) 2017年行业进口分析

- 1) 行业进口整体情况
- 2) 行业进口产品结构

### 2.3.4 家用影视设备行业进出口前景及预测

- (1) 行业出口前景及建议
- (2) 行业进口前景及建议

## 第三章 中国家用影视设备行业运营状况分析

### 3.1 家用影视设备行业经营情况分析

- 3.1.1 行业经营效益分析
- 3.1.2 行业盈利能力分析
- 3.1.3 行业运营能力分析
- 3.1.4 行业偿债能力分析
- 3.1.5 行业发展能力分析
- 3.2 家用影视设备行业供需形势分析
  - 3.2.1 家用影视设备行业供给情况分析
    - (1) 行业总产值分析
    - (2) 行业产成品分析
  - 3.2.2 家用影视设备行业需求情况分析
    - (1) 行业销售产值分析
    - (2) 行业销售收入分析
  - 3.2.3 家用影视设备行业产销情况分析
    - (1) 行业总体产销率情况
    - (2) 行业区域产销率情况
- 3.3 家用影视设备行业指标分析
  - 3.3.1 家用影视设备行业经济指标分析
  - 3.3.2 不同规模企业经济指标分析
    - (1) 大型企业经济指标分析
    - (2) 中型企业经济指标分析
    - (3) 小型企业经济指标分析
  - 3.3.3 不同性质企业经济指标分析
    - (1) 股份制企业经济指标分析
    - (2) 私营企业经济指标分析
    - (3) 外商投资企业经济指标分析
  - 3.3.4 不同地区企业经济指标分析
    - (1) 华东地区企业经济指标分析
    - (2) 华南地区企业经济指标分析
    - (3) 东北地区企业经济指标分析

#### 第四章 中国家用影视设备上游供应市场分析

- 4.1 原料市场一分析
  - 4.1.1 原料市场一产量规模分析
  - 4.1.2 原料市场一生产企业分析
  - 4.1.3 原料市场一新增产能分析

4.1.4 原料市场一价格走势分析

4.1.5 原料市场一市场趋势分析

4.2 原料市场二分析

4.2.1 原料市场二产量规模分析

4.2.2 原料市场二生产企业分析

4.2.3 原料市场二新增产能分析

4.2.4 原料市场二价格走势分析

4.2.5 原料市场二市场趋势分析

4.3 原料市场三分析

4.3.1 原料市场三产量规模分析

4.3.2 原料市场三生产企业分析

4.3.3 原料市场三新增产能分析

4.3.4 原料市场三价格走势分析

4.3.5 原料市场三市场趋势分析

4.4 原料市场四分析

4.4.1 原料市场四产量规模分析

4.4.2 原料市场四生产企业分析

4.4.3 原料市场四新增产能分析

4.4.4 原料市场四价格走势分析

4.4.5 原料市场四市场趋势分析

4.5 原料市场五分析

4.5.1 原料市场四产量规模分析

4.5.2 原料市场四生产企业分析

4.5.3 原料市场四新增产能分析

4.5.4 原料市场四价格走势分析

4.5.5 原料市场四市场趋势分析

## 第五章 中国家用影视设备行业细分产品分析

5.1 家用影视设备行业细分产品一分析

5.1.1 细分产品一应用特点分析

5.1.2 细分产品一生产工艺流程

5.1.3 细分产品一产量规模分析

5.1.4 细分产品一市场需求分析

5.1.5 细分产品一价格走势分析

5.1.6 细分产品一市场规模预测



## 5.2 家用影视设备行业细分产品二市场分析

### 5.2.1 细分产品二应用特点分析

### 5.2.2 细分产品二生产工艺流程

### 5.2.3 细分产品二产量规模分析

### 5.2.4 细分产品二市场需求分析

### 5.2.5 细分产品二价格走势分析

### 5.2.6 细分产品二市场规模预测

## 5.3 家用影视设备行业细分产品三分析

### 5.3.1 细分产品三应用特点分析

### 5.3.2 细分产品三生产工艺流程

### 5.3.3 细分产品三产量规模分析

### 5.3.4 细分产品三市场需求分析

### 5.3.5 细分产品三价格走势分析

### 5.3.6 细分产品三市场规模预测

## 5.4 家用影视设备行业细分产品四分析

### 5.4.1 细分产品四产量规模分析

### 5.4.2 细分产品四市场需求分析

### 5.4.3 细分产品四市场规模预测

## 第六章 中国家用影视设备行业应用领域发展前景分析

### 6.1 应用领域一发展前景分析

#### 6.1.1 应用领域一容量预测

#### 6.1.2 应用领域一重点项目分析

#### 6.1.3 应用领域一企业分布分析

#### 6.1.4 应用领域一竞争现状分析

#### 6.1.5 应用领域一投资机会分析

### 6.2 应用领域二发展前景分析

#### 6.2.1 应用领域二容量预测

#### 6.2.2 应用领域二重点项目分析

#### 6.2.3 应用领域二企业分布分析

#### 6.2.4 应用领域二竞争现状分析

#### 6.2.5 应用领域二投资机会分析

### 6.3 应用领域三发展前景分析

#### 6.3.1 应用领域三容量预测

#### 6.3.2 应用领域三重点项目分析

6.3.3 应用领域三企业分布分析

6.3.4 应用领域三竞争现状分析

6.3.5 应用领域三投资机会分析

6.4 应用领域四发展前景分析

6.4.1 应用领域四容量预测

6.4.2 应用领域四重点项目分析

6.4.3 应用领域四企业分布分析

6.4.4 应用领域四竞争现状分析

6.4.5 应用领域四投资机会分析

## 第七章 家用影视设备行业重点区域市场需求分析

7.1 广东省家用影视设备市场发展情况

7.1.1 广东省家用影视设备产量分析

7.1.2 广东省家用影视设备需求分析

7.1.3 广东省家用影视设备市场前景

7.2 山东省家用影视设备市场发展情况

7.2.1 山东省家用影视设备产量分析

7.2.2 山东省家用影视设备需求分析

7.2.3 山东省家用影视设备市场前景

7.3 浙江省家用影视设备市场发展情况

7.3.1 浙江省家用影视设备产量分析

7.3.2 浙江省家用影视设备需求分析

7.3.3 浙江省家用影视设备市场前景

7.4 江苏省家用影视设备市场发展情况

7.4.1 江苏省家用影视设备产量分析

7.4.2 江苏省家用影视设备需求分析

7.4.3 江苏省家用影视设备市场前景

7.5 福建省家用影视设备市场发展情况

7.5.1 福建省家用影视设备产量分析

7.5.2 福建省家用影视设备需求分析

7.5.3 福建省家用影视设备市场前景

7.6 四川省家用影视设备市场发展情况

7.6.1 四川省家用影视设备产量分析

7.6.2 四川省家用影视设备需求分析

7.6.3 四川省家用影视设备市场前景

## 7.7 黑龙江省家用影视设备市场发展情况

### 7.7.1 黑龙江省家用影视设备产量分析

### 7.7.2 黑龙江省家用影视设备需求分析

### 7.7.3 黑龙江省家用影视设备市场前景

## 7.8 辽宁省家用影视设备市场发展情况

### 7.8.1 辽宁省家用影视设备产量分析

### 7.8.2 辽宁省家用影视设备需求分析

### 7.8.3 辽宁省家用影视设备市场前景

## 7.9 安徽省家用影视设备市场发展情况

### 7.9.1 安徽省家用影视设备产量分析

### 7.9.2 安徽省家用影视设备需求分析

### 7.9.3 安徽省家用影视设备市场前景

## 7.10 河北省家用影视设备市场发展情况

### 7.10.1 河北省家用影视设备产量分析

### 7.10.2 河北省家用影视设备需求分析

### 7.10.3 河北省家用影视设备市场前景

## 7.11 河南省家用影视设备市场发展情况

### 7.11.1 河南省家用影视设备产量分析

### 7.11.2 河南省家用影视设备需求分析

### 7.11.3 河南省家用影视设备市场前景

## 7.12 湖北省家用影视设备市场发展情况

### 7.12.1 湖北省家用影视设备产量分析

### 7.12.2 湖北省家用影视设备需求分析

### 7.12.3 湖北省家用影视设备市场前景

## 第八章 中国家用影视设备领先企业经营分析

### 8.1 家用影视设备企业总体发展状况分析

### 8.2 重点家用影视设备企业个案分析

#### 8.2.1 海信集团有限公司经营情况分析

##### (1) 企业发展简况分析

##### (2) 企业营收情况分析

##### (3) 企业组织结构分析

##### (4) 企业产品结构分析

##### (5) 企业业务区域分析

##### (6) 企业经营状况优劣势分析

## 8.2.2 四川长虹电子集团公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业营收情况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道及网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析

## 8.2.3 康佳集团股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业营收情况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道及网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析

## 8.2.4 TCL集团股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业营收情况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道及网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析

## 8.2.5 厦门华侨电子股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业营收情况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道及网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析
- (6) 企业最新发展动向分析

## 8.2.6 深圳创维-RGB电子有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业营收情况分析
- (3) 企业组织结构分析
- (4) 企业产品结构分析
- (5) 企业业务区域分析
- (6) 企业经营状况优劣势分析

## 8.2.7 珠海经济特区飞利浦家用电器有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业营收情况分析

- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道及网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析

## 第九章 中国家用影视设备行业发展趋势及投资分析

### 9.1 行业发展环境分析

#### 9.1.1 行业政策环境分析

- (1) 行业法规及政策解析
- (2) 行业发展规划分析

#### 9.1.2 行业经济环境分析

- (1) 行业与宏观经济相关性分析
- (2) 行业与其他关联产业关系分析

### 9.2 家用影视设备行业投资特性分析

#### 9.2.1 行业进入壁垒分析

- (1) 市场准入壁垒
- (2) 技术壁垒
- (3) 资金壁垒
- (4) 渠道壁垒
- (5) 品牌壁垒

#### 9.2.2 行业季节特征分析

#### 9.2.3 行业经营模式分析

#### 9.2.4 行业盈利因素分析

### 9.3 家用影视设备行业发展趋势与前景预测

#### 9.3.1 行业发展存在的问题及策略建议

- (1) 行业发展存在的问题分析
- (2) 行业发展策略建议

#### 9.3.2 家用影视设备行业发展趋势分析

- (1) 行业技术发展趋势分析
- (2) 行业产品结构发展趋势分析
- (3) 行业市场竞争趋势分析
- (4) 行业产品应用领域发展趋势

#### 9.3.3 家用影视设备行业发展前景预测

- (1) 行业发展驱动因素分析
- (2) 家用影视设备行业供需前景预测

#### 1) 家用影视设备总产量预测

- 2) 家用影视设备国内需求预测
- 3) 家用影视设备出口前景预测
- 9.4 家用影视设备行业投资现状及建议
  - 9.4.1 家用影视设备行业投资项目分析
  - 9.4.2 家用影视设备行业投资机遇分析
  - 9.4.3 家用影视设备行业投资风险警示
  - 9.4.4 家用影视设备行业投资策略建议

图表目录：

图表1：家用影视设备行业特点

图表2：家用影视设备主要上游行业分布

图表3：家用影视设备主要产品分类及应用

图表4：家用影视设备产业链结构示意图

图表5：2016年以来细分产品价格情况

图表6：家用影视设备下游需求领域分布结构图（单位：%）

图表7：我国家用影视设备行业产品结构情况（单位：%）

图表8：家用影视设备销售收入按地区一览表（单位：万元，%）

图表9：家用影视设备产量按区域分布结构图（单位：%）

图表10：家用影视设备行业现有企业的竞争分析

图表11：家用影视设备行业潜在进入者威胁分析

图表12：家用影视设备行业上游议价能力分析

（GYJPFSW）

图表详见报告正文

特别说明：观研天下所发行报告书中的信息和数据部分会随着时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，并有助于降低事业单位投资风险。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/jiadianchanye/316333316333.html>