

2020年中国汽车音响市场前景研究报告- 市场深度调研与投资战略研究

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2020年中国汽车音响市场前景研究报告-市场深度调研与投资战略研究》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/dianzishabei/497535497535.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

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

汽车音响为减轻驾驶员和乘员旅行中的枯燥感而设置的收放音装置，是电子音响行业的子行业之一。汽车音响行业的上游主要为变压器、扬声器软硬件和集成块等产品的生产商；中游包括汽车音响及其音响零配件制造厂商、音响改装厂商等；下游主要包括汽车制造商、汽车零部件制造商和终端消费者等。

汽车音响行业产业链

资料来源：公开资料

以我国汽车音响行业内主要品牌为例，国内汽车音响价格多在2000元左右，属于中档价位产品。其中，处于中高端价位的品牌有燕飞利仕，其价格区间在1000-5100元，处于低端价位的品牌有洛克时代，价格区间在270-860元。

中国汽车音响行业主要品牌价格区间

品牌

价格区间

JBL

1000-2600元

漫步者

150-2000元

Infinity（燕飞利仕）

1000-5100元

Alpine（阿尔派）

290-1300元

ROCKEAR（洛克时代）

270-860元 资料来源：公开资料

目前，我国汽车音响市场主要以外资品牌为主，占据八成以上市场份额，其中，日系品牌占据了五成份额，欧美品牌占四成，本土自主品牌缺失，仅占一成。

汽车音响品牌市场份额

数据来源：公开资料

从具体品牌来看，随着国产品牌的崛起，中国汽车音响行业竞争格局逐渐由国外品牌主导变为国内品牌主导。2019年中国汽车音响行业品牌占有率排名前三的公司分别为惠威、漫步者、JBL，市占分别为38%、28%、12%，其中，惠威和漫步者均为国内品牌。

2019年中国汽车音响行业品牌占有率

数据来源：公开资料

随着各大知名品牌入驻国内市场，我国汽车音响改装市场十分火爆。但我国音箱改装市场主要集中在北京、上海、广州、深圳等大城市，改装技术水平较高，大多使用名牌高中档器材，市场以国际品牌为主导。

中国汽车音响改装领先企业

企业

简介

道声汽车服务有限公司

成立于2003年，在全国各大城市建立了60余家专业汽车音响改装、汽车隔音店，其音响改装案例达10万余例，且产品线十分丰富，经营德国布莱克断斯BRAX、喜力士HELX等十个世界顶级音响品牌。

广州市音皇汽车音响有限公司

成立于2006年，是马来西亚NTc集团在中国的子公司，其代理品牌有，美国豪客MOHAWK、K牌KICKER等。目前，音皇在全国二十几个省、自治区和直辖市都拥有经销商。

深圳市非常城市投资有限公司

2016年成为汽车音响行业新三板挂牌第一股，公司取得的独家代理权有意大利电波公司汽车音响品牌Hertz、Audison、Connection在中国大陆的长期代理权和法国Faca1公司Faca1品牌在中国大陆、香港和澳门的长期代理权，已在全国拥有近两百家经销商。

资料来源：公开资料（TC）

中国报告网是观研天下集团旗下的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2020年中国汽车音响市场前景研究报告-市场深度调研与投资战略研究》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。

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。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

第一章 2017-2020年中国汽车音响行业发展概述

第一节 汽车音响行业发展情况概述

- 一、汽车音响行业相关定义
- 二、汽车音响行业基本情况介绍
- 三、汽车音响行业发展特点分析

第二节 中国汽车音响行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、汽车音响行业产业链条分析
- 三、中国汽车音响行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国汽车音响行业生命周期分析

- 一、汽车音响行业生命周期理论概述
- 二、汽车音响行业所属的生命周期分析

第四节 汽车音响行业经济指标分析

- 一、汽车音响行业的赢利性分析
- 二、汽车音响行业的经济周期分析
- 三、汽车音响行业附加值的提升空间分析

第五节 中国汽车音响行业进入壁垒分析

- 一、汽车音响行业资金壁垒分析
- 二、汽车音响行业技术壁垒分析
- 三、汽车音响行业人才壁垒分析
- 四、汽车音响行业品牌壁垒分析
- 五、汽车音响行业其他壁垒分析

第二章 2017-2020年全球汽车音响行业市场发展现状分析

第一节 全球汽车音响行业发展历程回顾

第二节 全球汽车音响行业市场区域分布情况

第三节 亚洲汽车音响行业地区市场分析

一、亚洲汽车音响行业市场现状分析

二、亚洲汽车音响行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲汽车音响行业市场前景分析

第四节 北美汽车音响行业地区市场分析

一、北美汽车音响行业市场现状分析

二、北美汽车音响行业市场规模与市场需求分析

三、北美汽车音响行业市场前景分析

第五节 欧盟汽车音响行业地区市场分析

一、欧盟汽车音响行业市场现状分析

二、欧盟汽车音响行业市场规模与市场需求分析

三、欧盟汽车音响行业市场前景分析

第六节 全球汽车音响行业重点企业分析

一、企业A

1、企业介绍

2、企业主营产品

3、企业经营分析

二、企业B

1、企业介绍

2、企业主营产品

3、企业经营分析

三、企业C

1、企业介绍

2、企业主营产品

3、企业经营分析

第七节 2021-2026年世界汽车音响行业分布走势预测

第八节 2021-2026年全球汽车音响行业市场规模预测

第三章 中国汽车音响产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

一、中国GDP增长情况分析

二、工业经济发展形势分析

三、社会固定资产投资分析

四、全社会消费品汽车音响总额

五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国汽车音响行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国汽车音响产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

第四章 中国汽车音响行业运行情况

第一节 中国汽车音响行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国汽车音响行业市场规模分析

第三节 中国汽车音响行业供应情况分析

第四节 中国汽车音响行业需求情况分析

第五节 中国汽车音响行业供需平衡分析

第六节 中国汽车音响行业发展趋势分析

第五章 中国汽车音响所属行业运行数据监测

第一节 中国汽车音响所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国汽车音响所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国汽车音响所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章 2017-2020年中国汽车音响市场格局分析

第一节 中国汽车音响行业竞争现状分析

一、中国汽车音响行业竞争情况分析

二、中国汽车音响行业主要品牌分析

第二节 中国汽车音响行业集中度分析

一、中国汽车音响行业市场集中度分析

二、中国汽车音响行业企业集中度分析

第三节 中国汽车音响行业存在的问题

第四节 中国汽车音响行业解决问题的策略分析

第五节 中国汽车音响行业竞争力分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章 2017-2020年中国汽车音响行业需求特点与动态分析

第一节 中国汽车音响行业消费市场动态情况

第二节 中国汽车音响行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 汽车音响行业成本分析

第四节 汽车音响行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国汽车音响行业价格现状分析

第六节 中国汽车音响行业平均价格走势预测

一、中国汽车音响行业价格影响因素

二、中国汽车音响行业平均价格走势预测

三、中国汽车音响行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国汽车音响行业区域市场现状分析

第一节 中国汽车音响行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区汽车音响市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区汽车音响市场规模分析

四、华东地区汽车音响市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区汽车音响市场规模分析

四、华中地区汽车音响市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区汽车音响市场规模分析

四、华南地区汽车音响市场规模预测

第九章 2017-2020年中国汽车音响行业竞争情况

第一节 中国汽车音响行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 中国汽车音响行业SWOT分析

一、行业优势分析

二、行业劣势分析

三、行业机会分析

四、行业威胁分析

第三节 中国汽车音响行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 汽车音响行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、发展现状

四、优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、发展现状

四、优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、发展现状

四、优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、发展现状

四、优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、发展现状

四、优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国汽车音响行业发展前景分析与预测

第一节 中国汽车音响行业未来发展前景分析

一、汽车音响行业国内投资环境分析

二、中国汽车音响行业市场机会分析

三、中国汽车音响行业投资增速预测

第二节 中国汽车音响行业未来发展趋势预测

第三节 中国汽车音响行业市场发展预测

一、中国汽车音响行业市场规模预测

二、中国汽车音响行业市场规模增速预测

三、中国汽车音响行业产值规模预测

四、中国汽车音响行业产值增速预测

五、中国汽车音响行业供需情况预测

第四节 中国汽车音响行业盈利走势预测

一、中国汽车音响行业毛利润同比增速预测

二、中国汽车音响行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国汽车音响行业投资风险与营销分析

第一节 汽车音响行业投资风险分析

一、汽车音响行业政策风险分析

二、汽车音响行业技术风险分析

三、汽车音响行业竞争风险

四、汽车音响行业其他风险分析

第二节 汽车音响行业企业经营发展分析及建议

一、汽车音响行业经营模式

二、汽车音响行业销售模式

三、汽车音响行业创新方向

第三节 汽车音响行业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第十三章 2021-2026年中国汽车音响行业发展战略及规划建议

第一节 中国汽车音响行业品牌战略分析

一、汽车音响企业品牌的重要性

二、汽车音响企业实施品牌战略的意义

三、汽车音响企业品牌的现状分析

四、汽车音响企业的品牌战略

五、汽车音响品牌战略管理的策略

第二节 中国汽车音响行业市场重点客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、对重点客户的营销策略

四、强化重点客户的管理

五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国汽车音响行业战略综合规划分析

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第十四章 2021-2026年中国汽车音响行业发展策略及投资建议

第一节 中国汽车音响行业产品策略分析

一、服务产品开发策略

二、市场细分策略

三、目标市场的选择

第二节 中国汽车音响行业定价策略分析

第三节 中国汽车音响行业营销渠道策略

一、汽车音响行业渠道选择策略

二、汽车音响行业营销策略

第四节 中国汽车音响行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国汽车音响行业重点投资区域分析

二、中国汽车音响行业重点投资产品分析

图表详见正文

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/dianzishebei/497535497535.html>