

2010-2014年中国MP4播放器产业市场调研与投资 前景咨询报告

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《2010-2014年中国MP4播放器产业市场调研与投资前景咨询报告》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/qitadianzi/8893388933.html>

报告价格：电子版: 6500元 纸介版：6800元 电子和纸介版: 7000

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

【报告前言】

MP4播放器又称PVP (Personal Video Player, 个人视频播放器), 也可以叫做PMP (Portable Media Player, 便携式媒体播放器)。它除了看电影的基本功能外还支持音乐播放、浏览图片等, 一些高新产品也将电影、数码录像、数码照相、数码摄像、数码相机伴侣、数码收录音、移动存储等八大功能整合在一台掌上多媒体娱乐产品上, 特别是它超强的存储容量让人为之震惊, MP4存储容量基本在20GB以上。

3G时代的到来, 与之有着密切关系的多媒体电视也将成为未来数码消费电子的发展之趋势, MP4的出现正是顺应了多媒体电视的发展需求。作为最先进的多媒体娱乐数码产品, MP4将取代MP3成为便携娱乐市场的王者, 而目前大量涌现的具有视频功能的MP3, 正体现了数码娱乐市场向MP4过渡的趋势。对于业已进入MP4制造的众商家而言, MP4市场最致命的诱惑是广阔的中国数码市场, 这被各大厂商视为在消费数码电子市场上掘取更多市场份额的大好机遇。为此, 日系厂商索尼、东芝、夏普和富士通, 韩国三星和艾利河 (iRiver), 以及新加坡创新和法国爱可视 (ARCHOS) 等国际大厂动作频频, 不断推陈出新, 意欲捞取尽可能多的先机。

一些厂商畅想了MP4美好的未来, 一方面他们认为在这个信息全面化、多元化、追求高效率工作的社会中, 在人们不断追求高品质生活的时代里, 拥有强大功能及高技术含量的MP4必将成为人们追逐的目标。MP4在我国较发达的城市已经得到了追求高品质生活人士的青睐 (如北京、上海、广东等城市), 虽然在东北市场销售业绩仍然是雷声大雨点小, 但是他们相信MP4一定会拥有美好的未来。另一方面, MP4具有较大的利润空间, 由于MP4较高的技术含量, 限制了小厂家的投资生产, 使得大厂家垄断了MP4市场, 像法国的爱可视公司的产品在全球的市场销量高达40%, 为商家带来了丰厚的利润。中国作为世界最大的市场之一, 这里的MP4媒体播放器 (MP4 Media Player) 预热大战紧锣密鼓地展开了。

【报告目录】

第一章 MP4播放器相关概述	14
第一节 MP4播放器相关概述	14
一、MP4播放器的概念	14
二、MP4播放器的种类	14
三、MP4播放器的工作原理	15
四、MP4播放器的各种名称	15
第二节 MP4播放器结构及优点	16

- 一、MP4播放器的格式 16
- 二、MP4播放器的优点 16
- 三、MP4播放器的硬件构架 17

第二章 2009年-2010年世界MP4播放器产业发展形势分析 20

第一节2009年-2010年世界MP4播放器产业发展综述 20

- 一、国外多款MP4播放器曝光 20
- 二、MP4播放器产业发展特点分析 24
- 三、MP4播放器品牌分析 25

第二节2009年-2010年世界MP4播放器产业主要国家分析 26

- 一、美国 26
- 二、日本 26
- 三、德国 26

第三节2010-2014年世界MP4播放器市场发展趋势分析 30

第三章 2009年-2010年中国MP4播放器产业运行环境分析 34

第一节2009年-2010年中国MP4播放器产业政策分析 35

- 一、电子产品政策分析 35
- 二、MP4播放器相关标准方向分析 36

第二节2009年-2010年中国宏观经济环境分析 36

- 一、中国GDP分析 36
- 二、城乡居民家庭人均可支配收入分析 39
- 三、全社会固定资产投资分析 41
- 四、进出口总额及增长率分析 45
- 五、社会消费品零售总额 49

第三节2009年-2010年中国MP4播放器产业社会环境分析 50

第四章 2009年-2010年中国MP4播放器行业运行分析 56

第一节2009年-2010年中国MP4播放器市场概述 56

- 一、中国MP4播放器市场积极寻求突破 56
- 二、MP4播放器市场关注度分析 56
- 三、MP4播放器品牌分析 57

第二节2009年-2010年中国MP4播放器市场发展现状分析 58

- 一、MP4播放器音质之战愈演愈烈 58
- 二、中国互联网MP4市场集中度分析 59

三、中国MP4播放器品牌用户满意度 60

第三节2009年-2010年中国MP4播放器最新上市款式分析 60

一、蓝魔音悦汇将推两款高清播放器 60

二、昂达VX626暑期热促 62

第五章2009年-2010年中国MP4播放器市场运行态势分析 63

第一节2009年-2010年中国MP4播放器发展综述 63

一、MP4播放器供给情况分析 63

二、MP4播放器市场销售分析 63

三、影响MP4播放器市场供需的因素分析 64

第二节2009年-2010年中国MP4播放器行业存在的问题分析 64

一、中国MP4产业面临的主要问题及原因 64

二、中国MP4行业存在的四大硬伤 65

三、中国MP4产业亟需明确的行业标准 66

第三节2009年-2010年中国MP4播放器行业的发展对策 66

一、中国MP4播放器推广六大法则 66

二、中国MP4播放器营销微观环境要素 70

三、中国MP4播放器营销策略 70

第六章2009年-2010年中国MP4播放器市场消费者深度分析 72

第一节 2009年-2010年中国MP4播放器市场消费行为分析 72

一、中国MP4市场消费者总体概述 72

二、中国MP4市场消费者分布概况 73

三、中国MP4市场实际用户购买倾向分析 78

四、中国MP4市场潜在用户购买偏好分析 86

第二节2009年-2010年中国高校学生MP4市场分析 92

一、中国高校学生MP4市场分布概况 92

二、中国高校学生MP4市场消费行为分析 94

三、中国高校学生MP4市场发展及推广建议 98

四、中国高校学生MP4市场重点厂商推广案例 100

第七章 2009年-2010年中国MP4播放器产业市场竞争格局分析 102

第一节2009年-2010年中国MP4播放器竞争现状分析 102

一、MP4播放器容量竞争再升温 102

二、MP4播放器产品竞争分析 102

三、MP4播放器品牌竞争分析 102

第二节2009年-2010年中国MP4播放器集中度分析 103

一、MP4播放器生产集中分布 103

二、MP4播放器市场销售集中分布 103

第三节 2009年-2010年中国MP4播放器产业提升竞争力策略分析 104

第八章2009年-2010年中国MP4播放器优势企业竞争性财务数据分析 105

第一节 东莞市歌美电子科技有限公司 105

一、企业基本概况 105

二、企业销售收入及盈利水平分析 105

三、企业资产及负债情况分析 106

四、成本费用构成情况 106

第二节 北京纽曼理想数码科技有限公司 107

一、企业基本概况 107

二、企业销售收入及盈利水平分析 107

三、企业资产及负债情况分析 108

四、成本费用构成情况 108

第三节 艾利和电子科技（中国）有限公司 109

一、企业基本概况 109

二、企业销售收入及盈利水平分析 109

三、企业资产及负债情况分析 110

四、成本费用构成情况 110

第四节 英华达（上海）电子有限公司 111

一、企业基本概况 111

二、企业销售收入及盈利水平分析 111

三、企业资产及负债情况分析 112

四、成本费用构成情况 112

第五节 惠州三星电子有限公司 113

一、企业基本概况 113

二、企业销售收入及盈利水平分析 113

三、企业资产及负债情况分析 114

四、成本费用构成情况 114

第六节 广东松日通讯科技股份有限公司 115

一、企业基本概况 115

二、企业销售收入及盈利水平分析 115

三、企业资产及负债情况分析	116
四、成本费用构成情况	117
第七节 深圳麦蓝电子科技有限公司	117
一、企业基本概况	117
二、企业销售收入及盈利水平分析	117
三、企业资产及负债情况分析	118
四、成本费用构成情况	119
第八节 中国电子工业深圳总公司	119
一、企业基本概况	119
二、企业销售收入及盈利水平分析	119
三、企业资产及负债情况分析	120
四、成本费用构成情况	121
第九节 深圳联维亚电子科技有限公司	121
一、企业基本概况	121
二、企业销售收入及盈利水平分析	122
三、企业资产及负债情况分析	122
四、成本费用构成情况	123
第十节 奇诺光瑞电子(深圳)有限公司	123
一、企业基本概况	123
二、企业销售收入及盈利水平分析	124
三、企业资产及负债情况分析	124
四、成本费用构成情况	125
第九章2009年-2010年中国MP3播放器产业发展解析	126
第一节 2009年-2010年中国MP3播放器发展综述	126
一、MP3播放器销量分析	126
二、中国车载MP3市场分析	126
三、2010年中国互联网用户MP3市场集中度低	127
第二节2009年-2010年中国MP3播放器行业存在的问题	130
一、中国MP3行业存在三大主要问题	130
二、中国 MP3产业亟需明确的行业标准	131
三、中国MP3面临版权和价格双重危机	132
第三节2009年-2010年中国MP3播放器行业的发展对策	132
一、中国MP3播放器行业的渠道策略	132
二、中国MP3播放器品牌的增值策略	133

三、中国MP3播放器企业的对策建议 136

第十章 2009年-2010年中国MP4播放器其它相关行业分析 137

第一节 CD播放器 137

- 一、CD播放器相关概念 137
- 二、CD播放器构造及原理 137
- 三、汽车CD播放器销量分析 137

第二节 MD播放器 142

- 一、MD播放器相关概念 142
- 二、MD播放器的分类 142
- 三、MD播放器与MP4播放器的区别 143

第十一章 2010-2014年中国MP4播放器产业发展趋势预测分析 145

第一节2010-2014年中国MP4播放器行业的发展趋势 145

- 一、MP4播放器的七大发展趋势 145
- 二、MP4播放器的主要发展方向 146
- 三、MP4播放器未来的设计走势 147

第二节2010-2014年中国MP4播放器产业市场预测分析 154

- 一、MP4播放器市场供给预测分析 154
- 二、MP4播放器市场需求预测分析 155
- 三、MP4播放器市场竞争格局预测分析 155

第三节 2010-2014年中国MP4播放器市场盈利预测分析 155

第十二章2010-2014年中国MP4播放器产业投资机会与风险分析 156

第一节2010-2014年中国MP4播放器产业投资环境分析 156

第二节2010-2014年中国MP4播放器产业投资机会分析 159

第三节2010-2014年中国MP4播放器产业投资风险分析 160

- 一、市场竞争风险 160
- 二、政策风险 161
- 三、进入退出风险 161

【图表目录】

图表 1 三星 TICTOC YP-S1 (2GB) 参数 20

图表 2 IRIVER N20 21

图表 3 IAUDIO 9 (4GB) 21

图表 4 IPOD CLASSIC3 22

- 图表 5 索尼 NWZ-X1050 23
- 图表 6 全球MP4播放器品牌表 25
- 图表 7 移动电视结合MP4信号转变示意图 31
- 图表 8 2010年第一季度中国主要宏观经济数据增长表 37
- 图表 9 2000-2010年第一季度中国GDP及其增长率统计表 37
- 图表 10 2003-2010年中国分产业GDP增长率季度统计表 38
- 图表 11 2003-2009年中国GDP增长率季度走势图 38
- 图表 12 1978-2009年中国居民收入及恩格尔系数统计表 39
- 图表 13 中国城乡居民收入走势对比 40
- 图表 14 2003-2009年中国社会固定资产投资额增长 41
- 图表 15 2006-2009年各月中国房地产开发投资额月度统计表 42
- 图表 16 2006-2009年中国各类房地产开发投资月度走势图 43
- 图表 17 2006-2009年中国各类房地产开发投资累计额环比走势 44
- 图表 18 2006-2009年中国新开工项目个数（个）及累计同比增速情况 44
- 图表 19 2000-2009年中国货物进出口额统计表 45
- 图表 20 1970-2009年中国货物对外贸易总额走势图 46
- 图表 21 1970-2009年中国货物进口形势图 46
- 图表 22 1970-2009年中国货物出口形势图 48
- 图表 23 1970-2009年中国货物对外贸易顺逆差状况 48
- 图表 24 2003-2009年中国社会消费品零售总额增长趋势图 49
- 图表 25 2009年中国社会消费品零售总额月度统计表 49
- 图表 26 2007-2009年中国社会消费品零售总额月度增长率走势图 50
- 图表 27 1978-2009年中国人口构成统计表 50
- 图表 28 1990-2009年我国人口出生率、死亡率及自然增长率 51
- 图表 29 1978-2009年我国总人口增长趋势图 52
- 图表 30 2008年人口数及其构成表 53
- 图表 31 1978-2008中国城乡居民恩格尔系数对比表 54
- 图表 32 1978-2008中国城乡居民恩格尔系数走势图 54
- 图表 33 2010年上半年中国MP4品牌关注数量及比例情况 56
- 图表 34 2010年上半年中国MP3/MP4主流产品关注度对比图 58
- 图表 35 2009年中国MP4品牌市场占有率情况 59
- 图表 36 2009年中国MP4播放器品牌用户满意度 60
- 图表 37 2007-2009年中国MP4播放器生产厂家数量（包括贴牌厂家） 63
- 图表 38 2007-2009年中国MP4播放器市场规模增长情况 63
- 图表 39 调查对象性别分布 73

- 图表 40 调查对象年龄分布 73
- 图表 41 调查对象职业分布 74
- 图表 42 调查对象收入分布 75
- 图表 43 调查对象在全国七大区域的分布状况 76
- 图表 44 消费者购买情况分布 77
- 图表 45 实际用户购买产品品牌占有率排行榜 79
- 图表 46 实际用户购买产品价格区间分布 79
- 图表 47 实际用户购买产品颜色倾向 80
- 图表 48 实际用户购买产品屏幕尺寸分布 81
- 图表 49 实际用户购买产品屏幕分辨率分布 82
- 图表 50 实际用户购买产品渠道分布 83
- 图表 51 产品是否出现质量问题 84
- 图表 52 产品出现质量问题的主要表现 85
- 图表 53 潜在用户对视频MP3与MP4的区别认知调查 86
- 图表 54 潜在用户购买产品考虑因素调查 87
- 图表 55 品牌分布律 88
- 图表 56 首选爱国者的潜在用户还将选择的品牌分布 89
- 图表 57 首选纽曼的潜在用户还将选择的品牌分布 90
- 图表 58 首选苹果的潜在用户还将选择的品牌分布 91
- 图表 59 调查样本区域分布 93
- 图表 60 学生对视频MP3和MP4的认知状况 94
- 图表 61 学生用户购买产品考虑因素调查 95
- 图表 62 接受的价位区间调查 95
- 图表 63 不同色彩产品选择调查 96
- 图表 64 选择不同容量产品调查 97
- 图表 65 2009年底中国MP4播放器产量区域分布图 103
- 图表 66 2009年中国MP4播放器市场销售分布图 103
- 图表 67 2008-2009年东莞市歌美电子科技有限公司收入状况表 105
- 图表 68 2008-2009年东莞市歌美电子科技有限公司盈利指标表 105
- 图表 69 2008-2009年东莞市歌美电子科技有限公司盈利比率 105
- 图表 70 2008-2009年东莞市歌美电子科技有限公司资产指标表 106
- 图表 71 2008-2009年东莞市歌美电子科技有限公司负债指标表 106
- 图表 72 2008-2009年东莞市歌美电子科技有限公司成本费用构成表 106
- 图表 73 2008-2009年北京纽曼理想数码科技有限公司收入状况表 107
- 图表 74 2008-2009年北京纽曼理想数码科技有限公司盈利指标表 107

- 图表 75 2008-2009年北京纽曼理想数码科技有限公司盈利比率 108
- 图表 76 2008-2009年北京纽曼理想数码科技有限公司资产指标表 108
- 图表 77 2008-2009年北京纽曼理想数码科技有限公司负债指标表 108
- 图表 78 2008-2009年北京纽曼理想数码科技有限公司成本费用构成表 108
- 图表 79 2008-2009年艾利和电子科技（中国）有限公司收入状况表 109
- 图表 80 2008-2009年艾利和电子科技（中国）有限公司盈利指标表 109
- 图表 81 2008-2009年艾利和电子科技（中国）有限公司盈利比率 109
- 图表 82 2008-2009年艾利和电子科技（中国）有限公司资产指标表 110
- 图表 83 2008-2009年艾利和电子科技（中国）有限公司负债指标表 110
- 图表 84 2008-2009年艾利和电子科技（中国）有限公司成本费用构成表 110
- 图表 85 2008-2009年英华达（上海）电子有限公司收入状况表 111
- 图表 86 2008-2009年英华达（上海）电子有限公司盈利指标表 111
- 图表 87 2008-2009年英华达（上海）电子有限公司盈利比率 112
- 图表 88 2008-2009年英华达（上海）电子有限公司资产指标表 112
- 图表 89 2008-2009年英华达（上海）电子有限公司负债指标表 112
- 图表 90 2008-2009年英华达（上海）电子有限公司成本费用构成表 113
- 图表 91 2008-2009年惠州三星电子有限公司收入状况表 113
- 图表 92 2008-2009年惠州三星电子有限公司盈利指标表 114
- 图表 93 2008-2009年惠州三星电子有限公司盈利比率 114
- 图表 94 2008-2009年惠州三星电子有限公司资产指标表 114
- 图表 95 2008-2009年惠州三星电子有限公司负债指标表 114
- 图表 96 2008-2009年惠州三星电子有限公司成本费用构成表 115
- 图表 97 2008-2009年广东松日通讯科技股份有限公司收入状况表 116
- 图表 98 2008-2009年广东松日通讯科技股份有限公司盈利指标表 116
- 图表 99 2008-2009年广东松日通讯科技股份有限公司盈利比率 116
- 图表 100 2008-2009年广东松日通讯科技股份有限公司资产指标表 116
- 图表 101 2008-2009年广东松日通讯科技股份有限公司负债指标表 117
- 图表 102 2008-2009年广东松日通讯科技股份有限公司成本费用构成表 117
- 图表 103 2008-2009年深圳麦蓝电子科技有限公司收入状况表 117
- 图表 104 2008-2009年深圳麦蓝电子科技有限公司盈利指标表 118
- 图表 105 2008-2009年深圳麦蓝电子科技有限公司盈利比率 118
- 图表 106 2008-2009年深圳麦蓝电子科技有限公司资产指标表 118
- 图表 107 2008-2009年深圳麦蓝电子科技有限公司负债指标表 118
- 图表 108 2008-2009年深圳麦蓝电子科技有限公司成本费用构成表 119
- 图表 109 2008-2009年中国电子工业深圳总公司收入状况表 120

- 图表 110 2008-2009年中国电子工业深圳总公司盈利指标表 120
- 图表 111 2008-2009年中国电子工业深圳总公司盈利比率 120
- 图表 112 2008-2009年中国电子工业深圳总公司资产指标表 120
- 图表 113 2008-2009年中国电子工业深圳总公司负债指标表 121
- 图表 114 2008-2009年中国电子工业深圳总公司成本费用构成表 121
- 图表 115 2008-2009年深圳联维亚电子科技有限公司收入状况表 122
- 图表 116 2008-2009年深圳联维亚电子科技有限公司盈利指标表 122
- 图表 117 2008-2009年深圳联维亚电子科技有限公司盈利比率 122
- 图表 118 2008-2009年深圳联维亚电子科技有限公司资产指标表 123
- 图表 119 2008-2009年深圳联维亚电子科技有限公司负债指标表 123
- 图表 120 2008-2009年深圳联维亚电子科技有限公司成本费用构成表 123
- 图表 121 2008-2009年奇诺光瑞电子(深圳)有限公司收入状况表 124
- 图表 122 2008-2009年奇诺光瑞电子(深圳)有限公司盈利指标表 124
- 图表 123 2008-2009年奇诺光瑞电子(深圳)有限公司盈利比率 124
- 图表 124 2008-2009年奇诺光瑞电子(深圳)有限公司资产指标表 125
- 图表 125 2008-2009年奇诺光瑞电子(深圳)有限公司负债指标表 125
- 图表 126 2008-2009年奇诺光瑞电子(深圳)有限公司成本费用构成表 125
- 图表 127 中国互联网用户MP3品牌占有率 128
- 图表 128 中国互联网用户MP3品牌占有率与预购度对比 128
- 图表 129 中国互联网用户MP3品牌满意度统计 129
- 图表 130 2000-2009年中国汽车产量增长趋势图 138
- 图表 131 2000-2009年我国汽车销量及其同比增长 138
- 图表 132 2009年中国前十家汽车生产企业销量情况 139
- 图表 133 2005-2009年中国狭义乘用车销量月度走势图 140
- 图表 134 2009年中国汽车出口月度走势图 140
- 图表 135 2003-2009年我国汽车保有量增长情况 141
- 图表 136 PMP播放器的硬件框图 150
- 图表 137 PMP播放器的软件结构图 150
- 图表 138 MPEG- 4 SVP 的具体解码过程图 151
- 图表 139 各视频序列的频率 154
- 图表 140 中国消费者对/MP4功能的期待 159