

2011-2015年收音机行业前 十大企业竞争力分析及行业投资潜力研究报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2011-2015年收音机行业前十大企业竞争力分析及行业投资潜力研究报告》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.cction.com/report/201012/57229.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

数字音频广播（Digital Audio Broadcasting）简称DAB,是一项新的广播传输技术，同时也是一项有别于传统所熟知的AM、FM的广播技术，它可以通过卫星或地面发射站，以发射数字讯号来进行广播，是具有很高音质的传输技术。DAB不但开创了数字化广播的新时代，同时又能以数字信号传送各项信息,因此又称数字多媒体广播(Digital Multimedia Broadcasting)，简称DMB。显然,DAB无疑是未来广播的新利器。尽管调幅广播的带宽只有9kHz或10kHz，音质无法与调频立体声相比，但是由于调幅广播发展时间最久，全球标准统一，在任何地方购买的收音机在全球各地都能使用，接收工具简单，而且可以方便地进行室内、外的便携接收与车、船中的移动接收。因此至今它仍然是世界上使用最广泛的广播媒体。短波国际广播则由于在国际交往中的极端重要性与最适合对象为财力处于中下层的听众，所以各国仍继续大量投资支持短波业务。今天，世界上有160多家国际广播电台在进行着无形的大战。据统计，全世界现在已有3333座短波发射台，12590座中波发射台，25亿台调幅收音机，其中7亿台可收短波广播。DRM的产生由于调制广播的竞争，音、视频数字化的发展，传媒手段的多样化和九十年代开始的全球数字化浪潮，使许多广播机构认识到，调幅广播必须数字化才能适应竞争日益激烈的传媒环境，纷纷开始了数字调幅广播的探索。

收音机数字化对我国企业是一个新的起点。中国在电子管时代和晶体管时代，由于国内能生产电子和晶体管，收音机技术基本上与世界是同步的，差距主要在工艺和外形上。在全盛时期，国内有450家收音机生产工厂。到集成化年代，赶上文革，失去了发展的机会。加之电视的冲击，致使我国收音机产业全面崩溃。直至今日，只有几家民营挑起大梁。但由于不掌握核心技术，只充当整机装配角色。收音机产品的需求领域在扩展，我国现有6.5万公里高速公路，占世界第二，2009年汽车产量为1300万辆，占世界第一。汽车收音机在汽车电子中占重要地位，随着我国经济实力的增长，高速公路沿线的广播网建设，汽车收音机是一个巨大的市场。机遇是一把双刃剑，它和危机相伴而来，我们必须看到数字化的机遇同样摆在外国企业面前，许多消费电子生产巨头，从收音机诞生到今天，一直没有中断过收音机产品，它们对机会的嗅觉，动作的速度都比国内企业快，各种条件也比国内企业有利得多，国内收音机企业面临严峻挑战。在当前形势下，我国收音机行业的投资潜力如何？存在哪些投资机会？前十大优秀企业又有哪些经验值得借鉴呢？

本研究咨询报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家海关总署、国家商务部、国家经济信息中心、中国家电行业协会、全国商业信息中心、国民经济景气监测中心、国内外相关报刊杂志的基础信息、收音机行业研究单位等公布和提供的大量资料以及对行业内企业调研访谈所获得的大量第一手数据，对我国收音机市场的发展状况、供需状

况、竞争格局、赢利水平、发展趋势等进行了分析。报告重点分析了收音机前十大企业的研发、产销、战略、经营状况等。报告还对收音机市场风险进行了预测，为收音机生产厂家、流通企业以及零售商提供了新的投资机会和可借鉴的操作模式，对欲在收音机行业从事资本运作的经济实体等单位准确了解目前中国收音机行业发展动态，把握企业定位和发展方向有重要参考价值。

目录

CONTENTS

第一部分 行业运行现状

第一章 中国收音机行业发展概述

第一节 收音机行业发展情况

一、收音机定义

二、收音机行业发展历程

第二节 收音机产业链分析

一、产业链模型介绍

二、收音机产业链模型分析

第三节 2008-2010年中国收音机行业经济指标分析

一、赢利性

二、成长速度

三、附加值的提升空间

四、进入壁垒 / 退出机制

五、风险性

六、行业周期

七、竞争激烈程度指标

八、当前行业发展所属周期阶段的判断

第二章 全球收音机市场发展分析

第一节 全球收音机市场发展情况分析

一、2009年全球收音机市场发展分析

二、2009年全球收音机市场统计分析

三、2010年全球收音机市场发展分析

四、2010年全球收音机销售排名分析

五、2010年全球收音机消费者调查分析

第二节 2010年世界主要国家收音机市场分析

- 一、2010年美国收音机市场现状分析
- 二、2010年欧洲收音机市场现状分析
- 三、2010年日本收音机市场现状分析
- 四、2010年韩国收音机市场现状分析
- 五、2010年中东与非洲收音机市场分析

第三章 中国收音机市场运行分析

第一节 收音机行业市场发展基本情况

- 一、市场现状分析
- 二、市场规模分析
- 三、市场特点分析
- 四、市场技术发展状况

第二节 收音机行业技术研发情况

- 一、行业研发情况分析
- 二、竞争对手研发占投入比
- 三、研发投入与研发成果关系

第三节 行业市场工业总产值分析

- 一、年市场工业总产值分析
- 二、2009-2010年不同规模企业工业总产值分析
- 三、2009-2010年不同所有制企业工业总产值比较
- 四、2009-2010年行业市场工业总产值地区分布

第四节 行业市场产品价格分析

- 一、2008年市场产品价格走势
- 二、2009年市场产品价格走势
- 三、2010年市场产品价格走势
- 四、2011-2015年产品价格趋势

第四章 中国收音机行业的国际比较分析

第一节 中国收音机市场发展情况分析

- 一、2009年中国收音机市场发展分析
- 二、2009年中国收音机市场统计分析
- 三、2010年中国收音机市场发展分析
- 四、2010年中国收音机细分市场分析

第二节 中国收音机行业的国际比较分析

- 一、中国收音机行业竞争力指标分析
- 二、国际收音机行业竞争力指标分析
- 三、中国收音机行业经济指标国际比较分析

第三节 全球收音机行业市场需求分析

- 一、市场规模现状
- 二、需求结构分析
- 三、重点需求客户
- 四、市场前景展望

第五章 中国收音机行业经济运行指标分析

第一节 2010年中国收音机行业总体规模分析

- 一、企业数量结构分析
- 二、行业生产规模分析

第二节 2010年中国收音机行业产销分析

- 一、行业产成品情况总体分析
- 二、行业产品销售收入总体分析

第三节 2010年中国收音机行业财务指标总体分析

- 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

第二部分 市场供需分析

第六章 中国收音机行业生产现状分析

第一节 收音机行业生产分析

- 一、产品及原材料进口、自有比例
- 二、国内产品及原材料生产基地分布
- 三、产品及原材料产业集群发展分析
- 四、2008-2010年产品及原材料产能情况分析

第二节 收音机行业产能分析

- 一、2009-2010年收音机产能分析
- 二、2009-2010年重点企业产能及占有份额
- 二、2011-2015年收音机产能预测

第三节 收音机行业产量分析

一、2009-2010年收音机产量分析

二、2010年产能配置与产能利用率调查

三、2011-2015年收音机产量预测

第四节 收音机行业市场供给分析

一、2010年收音机生产规模现状

二、2010年收音机产能规模分布

三、2010年收音机市场价格走势

四、2010年收音机重点厂商分布

五、2010年收音机产供状况分析

第七章 收音机行业采购状况分析

第一节 收音机成本分析

一、2009-2010年原材料成本走势分析

二、2009-2010年劳动力供需及价格分析

三、2009-2010年其他方面成本走势分析

第二节 上游原材料价格与供给分析

一、主要原材料情况

二、2008-2010年主要原材料价格与供给分析

三、2011-2015年主要原材料市场变化趋势预测

第三节 收音机产业链的分析

一、行业集中度

二、主要环节的增值空间

三、行业进入壁垒和驱动因素

四、上下游行业影响及趋势分析

第八章 中国收音机市场供需分析

第一节 2010年收音机市场需求分析

一、收音机行业需求市场

二、收音机行业客户结构

三、收音机行业需求的地区差异

第二节 2010年收音机市场供给分析

一、2010年收音机市场供给分析

二、2011-2015年收音机市场供给预测

第三节 2011-2015年供求平衡分析及未来发展趋势

一、2011-2015年收音机行业的需求预测

二、2009-2010年收音机供求平衡分析

三、2011-2015年收音机供求平衡预测

第九章 区域市场情况深度研究

第一节 长三角区域市场情况分析

第二节 珠三角区域市场情况分析

第三节 环渤海区域市场情况分析

第四节 主要省市集中度及竞争力模式分析

第五节 收音机行业主要市场大区发展状况及竞争力研究

一、华北大区市场分析

二、华中大区市场分析

三、华南大区市场分析

四、华东大区市场分析

五、东北大区市场分析

六、西南大区市场分析

七、西北大区市场分析

第六节 收音机重点地区销售分析

一、收音机各地区对比销售分析

二、收音机“重点地区一”销售分析

三、收音机“重点地区二”销售分析

四、收音机“重点地区三”销售分析

五、收音机“重点地区四”销售分析

六、收音机“重点地区五”销售分析

七、收音机“重点地区六”销售分析

第三部分 行业竞争分析

第十章 收音机市场竞争格局分析

第一节 行业竞争结构分析

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 行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、企业集中度分析

三、区域集中度分析

第三节 行业国际竞争力比较

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

第四节 收音机竞争力优势分析

一、整体产品竞争力评价

二、产品竞争力评价结果分析

三、竞争优势评价及构建建议

第五节 收音机行业竞争格局分析

一、2010年收音机行业竞争分析

二、2010年国内外收音机竞争分析

三、2010年中国收音机市场竞争分析

四、2010年中国收音机市场集中度分析

五、2010年中国收音机竞争对手市场份额

六、2010年中国收音机主要品牌企业梯队分布

第十一章 收音机行业产业结构分析

第一节 产业结构分析

一、市场细分充分程度的分析

二、各细分市场领先企业排名

三、各细分市场占总市场的结构比例

四、领先企业的结构分析（所有制结构）

第二节 产业价值链的结构分析及产业价值链的整体竞争优势分析

一、产业价值链的构成

二、产业价值链的竞争优势与劣势分析

第三节 产业结构发展预测

一、产业结构调整的方向政府产业指导政策分析

二、产业结构调整中消费者需求的引导因素

三、中国收音机行业参与国际竞争的战略市场定位

第十二章 前十大领先企业发展分析

第一节 厦门松下电子信息有限公司

一、企业概况

二、市场定位情况

三、市场占有份额情况

四、2009-2010年产能及占比

五、2009-2010年主要经营数据指标

六、2011-2015年公司发展战略分析

第二节 东莞市德生通用电器制造有限公司

一、企业概况

二、市场定位情况

三、市场占有份额情况

四、2009-2010年产能及占比

五、2009-2010年主要经营数据指标

六、2011-2015年公司发展战略分析

第三节 中山市理丹电器有限公司

一、企业概况

二、市场定位情况

三、市场占有份额情况

四、2009-2010年产能及占比

五、2009-2010年主要经营数据指标

六、2011-2015年公司发展战略分析

第四节 佛山市南海狮山智讯电子厂

一、企业概况

二、市场定位情况

三、市场占有份额情况

四、2009-2010年产能及占比

五、2009-2010年主要经营数据指标

六、2011-2015年公司发展战略分析

第五节 东莞樟木头十和电子厂

- 一、企业概况
- 二、市场定位情况
- 三、市场占有份额情况
- 四、2009-2010年产能及占比
- 五、2009-2010年主要经营数据指标
- 六、2011-2015年公司发展战略分析

第六节 中山市汇升电子有限公司

- 一、企业概况
- 二、市场定位情况
- 三、市场占有份额情况
- 四、2009-2010年产能及占比
- 五、2009-2010年主要经营数据指标
- 六、2011-2015年公司发展战略分析

第七节 耀时实业（深圳）有限公司

- 一、企业概况
- 二、市场定位情况
- 三、市场占有份额情况
- 四、2009-2010年产能及占比
- 五、2009-2010年主要经营数据指标
- 六、2011-2015年公司发展战略分析

第八节 深圳市超维实业有限公司

- 一、企业概况
- 二、市场定位情况
- 三、市场占有份额情况
- 四、2009-2010年产能及占比
- 五、2009-2010年主要经营数据指标
- 六、2011-2015年公司发展战略分析

第九节 企业九

- 一、企业概况
- 二、市场定位情况
- 三、市场占有份额情况
- 四、2009-2010年产能及占比

五、2009-2010年主要经营数据指标

六、2011-2015年公司发展战略分析

第十节 企业十

一、企业概况

二、市场定位情况

三、市场占有份额情况

四、2009-2010年产能及占比

五、2009-2010年主要经营数据指标

六、2011-2015年公司发展战略分析

第四部分 投资潜力预测

第十三章 2011-2015年收音机行业发展趋势及影响因素

第一节 收音机市场前景分析

一、收音机市场容量分析

二、收音机行业利好利空政策

三、收音机行业发展前景分析

第二节 收音机未来发展预测分析

一、中国收音机发展方向分析

二、2011-2015年中国收音机行业发展规模

三、2011-2015年中国收音机行业发展趋势预测

第三节 2011-2015年收音机行业供需预测

一、2011-2015年收音机行业供给预测

二、2011-2015年收音机行业需求预测

三、2011-2015年收音机行业进出口预测

第四节 影响企业生产与经营的关键趋势

一、市场整合成长趋势

二、需求变化趋势及新的商业机遇预测

三、企业区域市场拓展的趋势

四、科研开发趋势及替代技术进展

五、影响企业销售与服务方式的关键趋势

六、中国收音机行业SWOT分析

第十四章 2011-2015年收音机行业投资方向与风险分析

第一节 产业发展的有利因素与不利因素分析

第二节 产业发展的空白点分析

第三节 投资回报率比较高的投资方向

第四节 收音机行业投资潜力与机会

第五节 新进入者应注意的障碍因素

第六节 2011-2015年中国收音机行业投资风险分析

一、市场竞争风险

二、原材料压力风险分析

三、技术风险分析

四、政策和体制风险

五、外资进入现状及对未来市场的威胁

第五部分 市场策略研究

第十五章 行业发展环境与渠道分析

第一节 全国经济发展背景分析

一、2010年宏观经济数据分析

二、2010年宏观政策环境分析

三、“十二五”发展规划分析

第二节 主要城市发展背景分析

一、主要城市区域市场特点分析

二、主要城市社会经济现状分析

三、未来主要城市经济发展预测

第三节 竞争对手渠道模式

一、收音机市场渠道情况

二、收音机竞争对手渠道模式

三、收音机直营代理分布情况

第四节 主要商圈发展趋势分析

一、各城市主要商圈渠道分布情况

二、各城市主要商圈销售规模分析

三、各城市主要商圈发展趋势分析

第十六章 2011-2015年收音机行业市场策略分析

第一节 消费者调查研究

一、消费者生活方式调查

二、未来社会人口生活水平

三、收音机消费者调查

四、发达国家同期消费者感知

第二节 营销分析与营销模式推荐

一、渠道构成

二、销售贡献比率

三、覆盖率

四、销售渠道效果

五、价值流程结构

第三节 多元化策略分析

一、行业多元化策略研究

二、现有竞争企业多元化业务模式

三、上下游行业策略分析

第四节 广告投放策略分析

一、行业广告投放现状分析

二、2009-2010年广告投放方式变化分析

三、2009-2010年广告投放总量变化分析

四、2011-2015年广告投放策略分析

第五节 品牌策略分析

一、各品牌定位及策略分析

二、各品牌知名度及策略分析

三、各品牌美誉度及策略分析

四、各品牌忠诚度及策略分析

图表目录

图表：收音机产业链分析

图表：收音机行业生命周期

图表：2009-2010年中国收音机行业市场规模

图表：2009-2010年全球收音机产业市场规模

图表：2009-2010年收音机重要数据指标比较

图表：2009-2010年中国收音机行业销售情况分析

图表：2009-2010年中国收音机行业利润情况分析

图表：2009-2010年中国收音机行业资产情况分析

图表：2009-2010年中国收音机竞争力分析

图表：2011-2015年中国收音机市场前景预测

图表：2011-2015年中国收音机市场价格走势预测

图表：2011-2015年中国收音机发展前景预测

图表：2009-2010年国内生产总值及其增长速度

图表：2009-2010年居民消费价格涨跌幅度

图表：2009年居民消费价格比上年涨跌幅度

图表：2009-2010年国家外汇储备

图表：2009-2010年税收收入及其增长速度

图表：2009-2010年粮食产量及其增长速度

图表：2009-2010年工业增加值及其增长速度

图表：2009年主要工业产品产量及其增长速度

图表：2009年规模以上工业企业实现利润及其增长速度

图表：2009-2010年建筑业增加值及其增长速度

图表：2009-2010年固定资产投资及其增长速度

图表：2009年分行业城镇固定资产投资及其增长速度

图表：2009年固定资产投资新增主要生产能力

图表：2009年房地产开发和销售主要指标完成情况

图表：2009-2010年社会消费品零售总额及其增长速度

图表：2009年货物进出口总额及其增长速度

图表：2009年主要商品出口数量、金额及其增长速度

图表：2009年主要商品进口数量、金额及其增长速度

图表：2009年对主要国家和地区货物进出口额及其增长速度

图表：2009-2010年货物进出口总额及其增长速度

图表：2009年分行业外商直接投资及其增长速度

图表：2009年各种运输方式完成货物运输量及其增长速度

图表：2009年各种运输方式完成旅客运输量及其增长速度

图表：2009-2010年电话用户数

图表：2009年全部金融机构本外币存贷款及其增长速度

图表：2009-2010年城乡居民人民币储蓄存款余额及其增长速度

图表：2009-2010年各类教育招生人数

图表：2009年人口数及其构成

图表：2009-2010年农村居民收入及其增长速度

图表：2009-2010年城镇居民可支配收入及其增长速度

图表：2010年1-11月工业生产主要指标

图表：2009-2010年9月全国居民消费价格指数

图表：2009-2010年9月工业品出厂价格指数

图表：2010年1-11月收音机产量全国统计

图表：2010年1-11月收音机产量北京市统计

图表：2010年1-11月收音机产量天津市统计

图表：2010年1-11月收音机产量河北省统计

图表：2010年1-11月收音机产量内蒙古统计

图表：2010年1-11月收音机产量辽宁省统计

图表：2010年1-11月收音机产量吉林省统计

图表：2010年1-11月收音机产量黑龙江统计

图表：2010年1-11月收音机产量上海市统计

图表：2010年1-11月收音机产量江苏省统计

图表：2010年1-11月收音机产量浙江省统计

图表：2010年1-11月收音机产量安徽省统计

图表：2010年1-11月收音机产量福建省统计

图表：2010年1-11月收音机产量江西省统计

图表：2010年1-11月收音机产量山东省统计

图表：2010年1-11月收音机产量河南省统计

图表：2010年1-11月收音机产量湖北省统计

图表：2010年1-11月收音机产量湖南省统计

图表：2010年1-11月收音机产量广东省统计

图表：2010年1-11月收音机产量广西区统计

图表：2010年1-11月收音机产量海南省统计

图表：2010年1-11月收音机产量四川省统计

图表：2010年1-11月收音机产量云南省统计

图表：2010年1-11月收音机产量陕西省统计

图表：2010年1-11月收音机产量甘肃省统计

图表：2010年1-11月收音机产量青海省统计

图表：2010年1-11月收音机产量宁夏区统计

图表：2010年1-11月收音机产量新疆区统计
图表：2010年1-11月我国收音机产品进口数据
图表：2010年1-11月我国收音机产品出口数据
图表：2010年1月我国收音机产品进口数据
图表：2010年1月我国收音机产品出口数据
图表：2010年2月我国收音机产品进口数据
图表：2010年2月我国收音机产品出口数据
图表：2010年3月我国收音机产品进口数据
图表：2010年3月我国收音机产品出口数据
图表：2010年1季度我国收音机产品进口数据
图表：2010年1季度我国收音机产品出口数据
图表：2010年4月我国收音机产品进口数据
图表：2010年4月我国收音机产品出口数据
图表：2010年5月我国收音机产品进口数据
图表：2010年5月我国收音机产品出口数据
图表：2010年6月我国收音机产品进口数据
图表：2010年6月我国收音机产品出口数据
图表：2010年2季度我国收音机产品进口数据
图表：2010年2季度我国收音机产品出口数据
图表：2010年7月我国收音机产品进口数据
图表：2010年7月我国收音机产品出口数据
图表：2010年8月我国收音机产品进口数据
图表：2010年8月我国收音机产品出口数据
图表：2010年9月我国收音机产品进口数据
图表：2010年9月我国收音机产品出口数据
图表：2010年3季度我国收音机产品进口数据
图表：2010年3季度我国收音机产品出口数据
图表：2010年10月我国收音机产品进口数据
图表：2010年10月我国收音机产品出口数据
图表：2010年11月我国收音机产品进口数据
图表：2010年11月我国收音机产品出口数据

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201012/57229.html>