

2020-2026年中国汽车音响 产业发展现状与投资战略报告

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

《2020-2026年中国汽车音响产业发展现状与投资战略报告》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/202007/178286.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

汽车音响设备作为汽车配套电子产品，主要由模拟器、电容器、连接器等电子类器件组成，电子器件产品的发展，将直接影响到汽车设备制造产品的技术和成本。

汽车音响（auto audio）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。最早使用的是汽车调幅收音机，后来是调幅调频收音机、磁带放音机，发展至CD放音机和兼容DCC、DAT数码音响。现在汽车音响无论在音色、操作和防振等各方面均达到了较高的标准，能应付汽车在崎岖的道路上颠簸，保证性能的稳定和音质的完美。我国汽车产业迅速发展，汽车部件、零件产业也随之高速增长，目前我国汽车音响市场九成份额被外资品牌所占据。

汽车电子的市场规模与汽车的产销规模密切相关。未来6年内在全球经济缓步复苏的情况下，汽车的产销规模将会平稳增长。预测到2023年市场规模将达到3550亿美元。

汽车电子产业整体呈现出稳步上升的趋势。汽车竞争越来越激烈，汽车电子智能化已成为全球汽车产业技术领域的发展重点和产业战略的增长点。汽车电子技术在不断发展，同时技术内涵也变得越来越丰富。我国汽车电子规模持续增长，2017年为5400亿元，与2016年相比增长17.6%。2017年到2022年，中国汽车电子市场将以10.6%速度增长，增速超过全球。

软件作为汽车系统中最重要的要素正在蓬勃发展，单在发动机控制器中，软件内容每年就翻一番。电动汽车特别是混合动力汽车定制软件是核心技术的体现，软件开发可以用更少的工程师实现更加新颖和改善功能的产品，并保持较低的保修成本，获得核心竞争优势。

中企顾问网发布的《2020-2026年中国汽车音响产业发展现状与投资战略报告》共十章。首先介绍了中国汽车音响行业市场发展环境、汽车音响整体运行态势等，接着分析了中国汽车音响行业市场运行的现状，然后介绍了汽车音响市场竞争格局。随后，报告对汽车音响做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国汽车音响行业发展趋势与投资预测。您若想对汽车音响产业有个系统的了解或者想投资中国汽车音响行业，本报告是您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。

报告目录：

第一章 汽车音响相关概述

1.1 汽车音响概述

1.1.1 汽车音响的特点分析

- 1.1.2 汽车音响与家庭音响的不同
- 1.1.3 汽车音响的升级
- 1.2 汽车音响的分类
 - 1.2.1 按汽车出厂时的时间分
 - 1.2.2 按汽车音响品牌的地域分
 - 1.2.3 按汽车音响厂家生产专一性分
- 1.3 汽车音响的组成部分
 - 1.3.1 主机
 - 1.3.2 功放（功率放大器）
 - 1.3.3 扬声器
 - 1.3.4 其他部分

第二章 2014-2019年汽车电子市场的发展分析

- 2.1 2014-2019年国际汽车电子市场概况
 - 2.1.1 全球主要汽车电子产品综述
 - 2.1.2 国际汽车电子市场发展状况
 - 2.1.3 国外电子产品占汽车成本的比例不断提高
- 2.2 2014-2019年中国汽车电子行业发展概述
 - 2.2.1 中国汽车电子产业发展特点
 - 2.2.2 我国汽车电子行业发展迅猛的原因分析
 - 2.2.3 中国汽车电子产业标准化发展进入新阶段
 - 2.2.4 我国新能源汽车电子产业亟待发展
- 2.3 2014-2019年中国汽车电子市场发展分析
 - 2.3.1 2019年我国汽车电子市场运行简述
 - 2.3.2 2019年我国汽车电子市场结构分析
 - 2.3.3 2019年中国汽车电子市场发展分析
- 2.4 中国汽车电子市场发展存在的问题
 - 2.4.1 中国汽车电子市场存在的挑战
 - 2.4.2 我国汽车电子行业发展面临市场失衡的困难
 - 2.4.3 国产汽车电子自主创新能力有待加强
 - 2.4.4 制约中国汽车电子产业发展的主要因素
- 2.5 中国汽车电子市场发展策略及建议

- 2.5.1 我国汽车电子产业发展壮大的基本对策
- 2.5.2 打造本土汽车电子产业链需加强各方合作
- 2.5.3 全球化趋势下我国汽车电子产业链的构建
- 2.5.4 中国汽车电子产业专项规划的构思

第三章 2014-2019年汽车音响行业发展分析

- 3.1 2014-2019年世界汽车音响市场发展概况
 - 3.1.1 全球汽车高端音响市场发展迅速
 - 3.1.2 美式汽车音响
 - 3.1.3 高保真欧洲汽车音响
 - 3.1.4 发展迅速的日本汽车音响
- 3.2 2014-2019年中国汽车音响产业运行概况
 - 3.2.1 中国汽车音响业发展概况
 - 3.2.2 我国汽车音响展露普及化苗头
 - 3.2.3 我国汽车音响业的专用化分析
 - 3.2.4 惠州成中国汽车音响生产中心
 - 3.2.5 中国车载音响配置发展分析
- 3.3 2014-2019年中国汽车音响改装行业发展概况
 - 3.3.1 我国主要地区汽车音响改装发展分析
 - 3.3.2 汽车音响改装市场的人才问题及解决对策
 - 3.3.3 我国汽车音响改装市场发展空间广
- 3.4 中国汽车音响产业发展中存在的问题
 - 3.4.1 汽车音响行业中存在的问题
 - 3.4.2 中国汽车音响行业发展不平衡
 - 3.4.3 中国中小汽车音响企业面临的困境
 - 3.4.4 汽车音响的销售困难分析
- 3.5 中国汽车音响业的发展策略
 - 3.5.1 汽车音响产业发展战略分析
 - 3.5.2 中国汽车音响产业的经营对策
 - 3.5.3 进入我国汽车音响业的发展建议
 - 3.5.4 完善中国汽车行业法律法规的思路

第四章 2014-2019年中国汽车音响市场发展分析

4.1 2014-2019年中国汽车音响市场发展综况

4.1.1 汽车音响系统主要厂家市场占有情况

4.1.2 中国汽车音响市场总体经营数据分析

4.1.3 我国汽车音响市场规模稳定增长

4.1.4 我国汽车音响市场消费状况

4.2 2014-2019年中国汽车音响消费者满意度分析

4.2.1 产品消费状况

4.2.2 消费者认知度

4.2.3 消费者信息渠道

4.2.4 消费者购买原因及参考因素

第五章 2014-2019年汽车音响行业进出口数据分析

5.1 2014-2019年中国汽车音响进出口总析

5.1.1 我国汽车音响进口规模概况

5.1.2 我国汽车音响进口金额简况

5.1.3 我国汽车音响出口规模分析

5.1.4 我国汽车音响出口金额发展状况

5.2 2014-2019年主要国家车辆电气音响信号装置进出口情况分析

5.2.1 2014-2019年车辆电气音响信号装置进口市场分析

5.2.2 2014-2019年车辆电气音响信号装置出口市场分析

5.3 2014-2019年主要省份车辆电气音响信号装置进出口情况分析

5.3.1 2014-2019年车辆电气音响信号装置进口市场分析

5.3.2 2014-2019年车辆电气音响信号装置出口市场分析

第六章 2014-2019年汽车音响产业竞争态势分析

6.1 2014-2019年国外企业抢占中国汽车音响市场形势分析

6.1.1 外资品牌强势进入中国汽车音响市场

6.1.2 日企携手声望音响进一步抢占中国汽车音响市场

6.1.3 哈曼于成都设立汽车音响研发中心

6.2 2014-2019年中国汽车音响市场竞争状况

6.2.1 中国汽车音响市场竞争格局

- 6.2.2 我国汽车音响品牌的竞争优势分析
- 6.2.3 我国汽车音响企业在国外品牌高竞争下发展
- 6.3 中国汽车音响企业竞争策略分析
 - 6.3.1 加强我国汽车音响企业竞争力对策
 - 6.3.2 国内汽车音响企业提升自身竞争力的对策
 - 6.3.3 我国汽车音响企业应树立争当主角的信心
 - 6.3.4 汽车音响企业应对价格竞争的策略

第七章 2014-2019年汽车音响市场营销分析

- 7.1 2014-2019年汽车音响市场营销概况
 - 7.1.1 汽车音响市场营销行为亟待规范
 - 7.1.2 汽车音响营销渠道存在病变
 - 7.1.3 汽车音响网络营销模式发展思考
 - 7.1.4 雷诺汽车音响营销新模式借鉴
- 7.2 汽车音响企业品牌营销战略分析
 - 7.2.1 渠道多样化引发多品牌策略
 - 7.2.2 音响企业多品牌策略的利弊透析
 - 7.2.3 汽车音响企业的品牌策略选择
- 7.3 2014-2019年汽车音响改装市场经营分析
 - 7.3.1 网络营销成汽车音响改装业发展的利器
 - 7.3.2 技术联盟模式助汽车音响改装市场快速发展
 - 7.3.3 我国汽车音响改装市场存在的经营问题浅析
 - 7.3.4 汽车音响改装市场终端营销策略

第八章 汽车音响主要组成部分介绍

- 8.1 主机
 - 8.1.1 主机的细分
 - 8.1.2 主机的参数
 - 8.1.3 主机的主要技术
- 8.2 功放
 - 8.2.1 功放的主要性能
 - 8.2.2 功放的分类

- 8.2.3 功放的基本设置功能
- 8.2.4 国内汽车音响功放IC市场需求扩大
- 8.3 扬声器
 - 8.3.1 扬声器的作用
 - 8.3.2 扬声器的种类
 - 8.3.3 扬声器的主要指标
 - 8.3.4 中国汽车扬声器市场发展状况

第九章 2014-2019年国内外重点汽车音响企业分析

9.1 ROCKFORD CORPORATION

- 9.1.1 企业发展简况分析
- 9.1.2 企业经营情况分析
- 9.1.3 企业经营优劣势分析

9.2 ALPINE (阿尔派)

- 9.2.1 企业发展简况分析
- 9.2.2 企业经营情况分析
- 9.2.3 企业经营优劣势分析

9.3 BOSTON ACOUSTICS (波士顿声学)

- 9.3.1 企业发展简况分析
- 9.3.2 企业经营情况分析
- 9.3.3 企业经营优劣势分析

9.4 北京爱德发高科技集团

- 9.4.1 企业发展简况分析
- 9.4.2 企业经营情况分析
- 9.4.3 企业经营优劣势分析

9.5 深圳市航盛电子股份有限公司

- 9.5.1 企业发展简况分析
- 9.5.2 企业经营情况分析
- 9.5.3 企业经营优劣势分析

9.6 惠州华阳集团有限公司

- 9.6.1 企业发展简况分析
- 9.6.2 企业经营情况分析

9.6.3 企业经营优劣势分析

第十章 汽车音响产业发展趋势预测分析（ ）

10.1 汽车音响发展前景分析

10.1.1 中国汽车音响市场发展展望

10.1.2 中国汽车音响行业未来机遇与危机并存

10.1.3 2020-2026年中国汽车音响行业预测分析

10.2 汽车音响业未来发展趋势分析

10.2.1 汽车音响业发展方向解析

10.2.2 中国汽车音响市场的四大趋势预测

10.2.3 汽车音响业的技术发展趋势剖析（ ）

图表目录：

图表 全球汽车电子市场容量及增速

图表 全球汽车电子市场分类构成

图表 全球传统汽车市场平均每车电子含量

图表 全球传统汽车市场平均每车电子含量预测

图表 中国汽车电子市场规模及增长情况

图表 中国汽车电子类IC市场规模及增长情况

图表 中国汽车电子市场应用结构

图表 中国汽车电子市场产品结构

图表 中国汽车电子市场品牌结构

图表 中国汽车电子销售情况

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202007/178286.html>