

2023-2029年中国电声市场 评估与发展前景报告

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

《2023-2029年中国电声市场评估与发展前景报告》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/202306/370384.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

全球电声产品具有区域性特点，高端品牌商主要分布在美国、欧洲和日本等地区，例如美国的Beats、Grado（歌德）、KOSS（高斯）等，奥地利的AKG（爱科技）、德国的Beyer Dynamic（拜亚动力）和SENNHEISER（森海塞尔），日本的Audio-Technica（铁三角）、SONY（索尼）等。随着自主研发技术的提升，我国已成为全球的电声产品制造中心。电声产品生产厂商主要集中在珠三角、山东和长三角等地区。

根据中国电子元件行业协会电声器件分会统计，2014年我国电声器件总产量84.79亿只，实现销售收入1,166.01亿元，出口额139.71亿美元；预计到2020年，我国电声器件总产量将达110亿只，销售收入达2,000亿元，创汇总额248亿美元。

伴随着电子信息产业的发展，我国已成为全球最大的电声产品制造基地，掌握了电声器件从部件到成品的全部生产技术，形成了电声元器件和电声产品完善的产业链。我国研发、生产的微型电声器件、MEMS麦克风、消费类电声产品、汽车扬声器、大功率扬声器、专业级电声器件在国际市场占有重要地位。

中企顾问网发布的《2023-2029年中国电声市场评估与发展前景报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局市场服务行业的重要决策参考依据。

报告目录：

第一章 电声行业发展综述

1.1 电声行业定义

1.1.1 电声行业定义

1.1.2 电声行业报告范围界定

1.2 电声行业市场环境分析

1.2.1 行业政策环境

1.2.2 行业经济环境

（1）国际宏观经济形势

（2）中国宏观经济形势

1.2.3 行业社会环境

1.2.4 行业消费环境分析

1.3 电声产业链分析

1.3.1 电声产业链介绍

1.3.2 主要原材料市场分析

(1) 电子元件市场分析

- 1) 电子元件生产情况分析
- 2) 电子元件销售情况分析
- 3) 电子元件进、出口情况分析
- 4) 电子元件市场竞争分析
- 5) 电子元件市场价格分析
- 6) 电子元件市场发展趋势
- 7) 电子元件市场对行业影响

(2) 塑料市场分析

- 1) 工程塑料生产情况分析
- 2) 工程塑料销售情况分析
- 3) 工程塑料进、出口分析
- 4) 工程塑料市场价格分析
- 5) 工程塑料市场发展趋势
- 6) 塑料市场对行业影响

(3) 磁性材料市场

- 1) 磁性材料分类
- 2) 钕铁硼永磁材料产量分析
- 3) 钕铁硼永磁材料市场需求
- 4) 钕铁硼永磁材料市场竞争
- 5) 钕铁硼永磁材料市场市场价格
- 6) 钕铁硼永磁材料市场趋势
- 7) 磁性材料对行业的影响

(4) PCB市场分析

- 1) PCB生产情况分析
- 2) PCB销售情况分析
- 3) PCB进、出口情况分析
- 4) PCB市场竞争分析
- 5) PCB市场发展趋势

6) PCB市场对行业影响

1.4 报告研究单位及方法

1.4.1 报告研究单位介绍

1.4.2 报告研究方法概述

第二章 电声行业发展现状及竞争格局

2.1 国际电声行业市场规模

2.1.1 国际电声行业市场规模

2.1.2 国际电声行业竞争格局

2.1.3 国际电声行业发展前景

2.2 中国电声行业发展现状

2.2.1 中国电声行业发展历程

2.2.2 中国电声行业发展特征

2.2.3 中国电声行业发展规模

(1) 行业经营规模

(2) 国际市场地位

2.3 中国电声行业竞争状况

2.3.1 上游议价能力分析

2.3.2 下游议价能力分析

2.3.3 潜在进入者威胁分析

2.3.4 替代品威胁分析

2.3.5 行业竞争现状分析

2.4 跨国公司在华投资布局

2.4.1 FOSTER（丰达电机）

(1) 企业发展简介

(2) 企业主营业务分析

(3) 企业经营情况分析

(4) 企业在华投资布局

2.4.2 Plantronics（缤特力）

(1) 企业发展简介

(2) 企业主营业务分析

(3) 企业经营情况分析

(4) 企业在华投资布局

2.4.3 CRESYN（可立新）

(1) 企业发展简介

(2) 企业主营业务分析

(3) 企业在华投资布局

2.4.4 BUJEON（富电）

(1) 企业发展简介

(2) 企业主营业务分析

(3) 企业在华投资布局

2.4.5 声扬（Sonion）

(1) 企业发展简介

(2) 企业主营业务分析

(3) 企业经营情况分析

(4) 企业在华投资布局

2.4.6 Knowles（楼氏）

(1) 企业发展简介

(2) 企业主营业务分析

(3) 企业经营情况分析

(4) 企业在华投资布局

第三章 电声行业主要产品及技术分析

3.1 微型电声器件产品及技术分析

3.1.1 微型电声器件市场分析

(1) 微型电声产品结构分析

(2) 微型电声产品需求结构

(3) 微型电声产品发展趋势

3.1.2 麦克风市场分析

(1) 产品发展综述

1) 定义及分类

2) 产品特点分析

(2) 产品经营情况

1) 产品应用领域

2) 产品市场规模

3) 产品竞争格局

(3) 产品前景预测

1) 产品发展趋势

2) 产品前景预测

3.1.3 扬声器/受话器市场分析

(1) 产品发展综述

1) 定义及分类

2) 产品特点

(2) 产品经营情况

1) 产品应用领域

2) 产品市场规模

3) 产品竞争格局

(3) 产品前景预测

1) 产品发展趋势

2) 产品前景预测

3.2 消费类电声产品分析

3.2.1 消费类电声产品发展综述

3.2.2 消费类电声细分市场分析

(1) 蓝牙系列产品

1) 产品消费群体

2) 市场销售情况

3) 市场竞争格局

(2) 便携式音箱

1) 产品消费群体

2) 市场销售情况

3) 市场竞争格局

(3) 车用音响

1) 产品消费群体

2) 市场销售情况

3) 市场竞争格局

(4) 多媒体音响

- 1) 产品消费群体
- 2) 市场销售情况
- 3) 市场竞争格局

3.2.3 消费类电声产品前景预测

第四章 中国电声行业重点区域分析

4.1 电声行业区域分布

4.2 广东省电声行业发展分析

4.2.1 电声行业发展环境

- (1) 电子元件产业现状
- (2) 行业相关配套情况

4.2.2 重点地区发展分析

(1) 丰顺县电声行业发展分析

- 1) 行业发展现状
- 2) 行业市场规模
- 3) 行业竞争格局
- 4) 发展瓶颈及提升策略

(2) 恩平市电声行业发展分析

- 1) 行业发展现状
- 2) 行业市场规模
- 3) 行业竞争格局
- 4) 发展瓶颈及提升策略

(3) 深圳市电声行业发展分析

- 1) 行业发展现状
- 2) 行业市场规模
- 3) 行业竞争格局
- 4) 发展瓶颈及提升策略

4.3 浙江省电声行业发展分析

4.3.1 电声行业发展环境

- (1) 电子元件产业现状
- (2) 行业相关配套情况

4.3.2 重点地区发展分析

(1) 嘉善县电声行业发展分析

- 1) 行业发展现状
- 2) 行业市场规模
- 3) 行业竞争格局
- 4) 发展瓶颈及提升策略

(2) 嵊州市电声行业发展分析

- 1) 行业发展现状
- 2) 行业市场规模
- 3) 行业竞争格局
- 4) 发展瓶颈及提升策略

4.4 山东省电声行业发展分析

4.4.1 电声行业发展环境

- (1) 电子元件产业现状
- (2) 行业相关配套情况

4.4.2 潍坊市电声行业分析

- (1) 行业发展现状
- (2) 行业市场规模
- (3) 行业竞争格局
- (4) 发展瓶颈及提升策略

第五章 电声行业进、出口市场分析

5.1 电声行业贸易环境分析

- 5.1.1 相关贸易政策
- 5.1.2 国际反倾销愈演愈烈
- 5.1.3 人民币升值挤压利润

5.2 电声行业进、出口状况综述

5.3 电声行业出口市场分析

5.3.1 2017-2022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

5.4 电声行业进口市场分析

5.4.1 2017-2022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

5.5 电声行业进、出口前景及建议

5.5.1 电声行业出口前景及建议

5.5.2 电声行业进口前景及建议

第六章 电声行业经营模式及策略分析

6.1 电声行业典型经营模式

6.1.1 采购模式

6.1.2 生产模式

6.1.3 销售模式

- (1) 直销模式

- (2) 渠道模式

6.2 电声行业业务模式探讨

6.2.1 OEM模式探讨

- (1) OEM模式在行业中的应用

- (2) OEM模式竞争环境分析

- (3) OEM模式在华发展持续性探讨

6.2.2 ODM模式探讨

- (1) ODM模式在行业中的应用

- (2) ODM模式竞争环境分析

- (3) ODM模式在华发展持续性探讨

6.2.3 整体解决方案模式探讨

- (1) 声学整体解决方案架构

- (2) 整体解决方案条件

- (3) 整体解决方案特征

1) 市场方面

2) 研发方面

3) 制造方面

- (4) 整体解决方案优势及前景

6.3 电声行业经营策略分析

6.3.1 内涵式能力增长策略

6.3.2 外延式业务增长策略

第七章 电声行业领先企业经营分析

7.1 电声行业企业发展总体状况

7.1.1 企业规模排名

- (1) 生产规模排名
- (2) 销售规模排名
- (3) 利润总额排名

7.1.2 企业创新能力分析

7.2 台湾电声行业领先企业分析

7.2.1 美律实业股份有限公司

- (1) 企业发展概况
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业优劣势分析

7.2.2 富佑鸿科技股份有限公司

- (1) 企业发展概况
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业优劣势分析

7.2.3 志丰电子股份有限公司

- (1) 企业发展概况
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业优劣势分析

7.3 大陆电声行业领先企业分析

7.3.1 瑞声科技控股有限公司

- (1) 企业发展概况
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业优劣势分析

7.3.2 歌尔声学股份有限公司

- (1) 企业发展概况
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业优劣势分析

7.3.3 浙江新嘉联电子股份有限公司

- (1) 企业发展概况
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业优劣势分析

7.3.4 国光电器股份有限公司

- (1) 企业发展概况
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业优劣势分析

7.3.5 深圳市漫步者科技股份有限公司

- (1) 企业发展概况
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业优劣势分析

7.3.6 富士高实业控股有限公司

- (1) 企业发展概况
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业优劣势分析

7.3.7 江苏远宇电子集团有限公司

- (1) 企业发展概况
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业优劣势分析

7.3.8 南京宏鲸电声有限公司

- (1) 企业发展概况
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业优劣势分析

7.3.9 浙江天乐集团有限公司

- (1) 企业发展概况
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业优劣势分析

7.3.10 宁波向阳坦科斯特电子有限公司

- (1) 企业发展概况
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业优劣势分析

7.3.11 江苏裕成电子有限公司

- (1) 企业发展概况
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业优劣势分析

7.3.12 天津真美电声器材有限责任公司

- (1) 企业发展概况
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业优劣势分析

7.3.13 北京第七九七音响股份有限公司

- (1) 企业发展概况
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业优劣势分析

7.3.14 苏州上声电子有限公司

- (1) 企业发展概况
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业优劣势分析

7.3.15 深圳市奋达科技股份有限公司

- (1) 企业发展概况
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业优劣势分析

7.3.16 横店集团浙江英洛华电声有限公司

- (1) 企业发展概况
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业优劣势分析

7.3.17 山东共达电声股份有限公司

- (1) 企业发展概况
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业优劣势分析

7.3.18 深圳市豪恩声学股份有限公司

- (1) 企业发展概况
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业优劣势分析

7.3.19 常州声泰龙电子音响有限公司

- (1) 企业发展概况
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业优劣势分析

7.3.20 深圳凌嘉电音有限公司

- (1) 企业发展概况
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业优劣势分析

7.3.21 北京松下电子部品有限公司

- (1) 企业发展概况
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业优劣势分析

7.3.22 无锡茂丰电器有限公司

- (1) 企业发展概况
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业优劣势分析

7.3.23 北京快达通信设备有限公司

- (1) 企业发展概况
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业优劣势分析

7.3.24 吉林市航盛宏宇电子有限公司

- (1) 企业发展概况
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业优劣势分析

7.3.25 无锡杰夫电声有限公司

- (1) 企业发展概况
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业优劣势分析

7.3.26 四川湖山电器有限责任公司

- (1) 企业发展概况
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业优劣势分析

7.3.27 深圳东原电子有限公司

- (1) 企业发展概况
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业优劣势分析

7.3.28 杭州和声电子有限公司

- (1) 企业发展概况
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业优劣势分析

7.3.29 江西联创宏声电子有限公司

- (1) 企业发展概况
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业优劣势分析

7.3.30 上海飞乐电子信息有限公司

- (1) 企业发展概况
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业优劣势分析

第八章 电声产品配套产业需求市场分析

8.1 电声产业主要配套领域分布

8.2 通信行业用电声产品需求分析

8.2.1 通信行业用电声产品需求现状

- (1) 产品需求背景
 - 1) 通信投资处于高位
 - 2) 移动电话普及率提升
 - 3) 智能手机爆炸性增长
- (2) 产品需求特点
- (3) 产品需求规模

8.2.2 通信行业用电声产品竞争格局

8.2.3 通信行业用电声产品前景预测

8.3 电视机行业用电声产品需求分析

8.3.1 电视机行业用电声产品需求现状

- (1) 产品需求背景
 - 1) 电视机保有量持续增长

2) 三网融合政策促进电视业新发展

3) 数字电视提升电视机更新空间

(2) 产品需求特点

(3) 产品需求规模

8.3.2 电视机行业用电声产品竞争格局

8.3.3 电视机行业用电声产品前景预测

8.4 家庭影院行业用电声产品需求分析

8.4.1 家庭影院用电声产品需求现状

(1) 产品需求背景

(2) 产品需求特点

(3) 产品需求规模

8.4.2 家庭影院用电声产品竞争格局

8.4.3 家庭影院用电声产品前景预测

8.5 汽车行业用电声产品需求分析

8.5.1 汽车用电声产品需求现状

(1) 产品需求背景

1) 汽车增量市场仍处于高位

2) 汽车改装市场前景广阔

(2) 产品需求特点

(3) 产品需求规模

8.5.2 汽车行业用电声产品竞争格局

8.5.3 汽车行业用电声产品前景预测

8.6 计算机行业用电声产品需求分析

8.6.1 计算机用电声产品需求现状

(1) 产品需求背景

1) 电脑拥有数量

2) 拥有电脑机型

3) 笔记本电脑保持快速增长

4) 云计算等主题带动行业发展

(2) 产品需求特点

(3) 产品需求规模

8.6.2 计算机用电声产品竞争格局

8.6.3 计算机用电声产品前景预测

8.7 其他配套行业对电声产品的需求分析

8.7.1 电子玩具行业对电声产品需求分析

- (1) 电子玩具行业的发展状况
- (2) 电子玩具行业对电声器件的需求分析

8.7.2 电子乐器行业对电声产品需求分析

- (1) 电子乐器行业的发展状况
- (2) 电子乐器行业对电声器件的需求分析

8.7.3 农村广播市场对电声产品需求分析

- (1) 农村广播市场行业发展状况
- (2) 电子乐器行业对电声器件的需求分析

8.7.4 电教行业对电声产品需求分析

- (1) 电教行业发展状况
- (2) 电教行业对电声器件的需求分析

第九章 电声行业发展前景与投资分析

9.1 电声行业发展前景预测

9.1.1 国际市场向发展中国家转移，中国市场将迎来发展的机遇

9.1.2 电声产品应用领域不断拓展，催生出广阔的市场需求

9.1.3 节能化、小型化、无线化、智能化、网络化已经成为电声行业发展必然趋势

9.1.4 移动互联网得到蓬勃发展，有可能触发整个电声产业链的重塑

9.1.5 汽车智能化的发展，将推动相关电子产品市场的发展

9.1.6 3D电视是新的品种，高效、高清晰度的扬声器需求将刺激高端扬声器市场

9.1.7 智能消费电子行业仍将快速成长，国际可穿戴式市场规模约为30-50亿美元

9.2 电声行业投资特性及价值分析

9.2.1 电声行业投资特性分析

- (1) 行业进入壁垒
- (2) 行业周期性分析
- (3) 行业地域性分析

9.2.2 电声行业投资价值分析

- (1) 行业盈利能力分析
- (2) 行业发展能力分析

(3) 行业抗风险能力分析
9.3 电声行业投资风险及机会分析
9.3.1 行业主要投资风险
9.3.2 电声行业机会解析
(1) 行业重点投资领域
(2) 行业重点投资产品
9.4 电声行业投资重组动向及建议
9.4.1 电声行业投资分析
(1) 最新投资动向
(2) 投资趋势研判
9.4.2 电声行业主要投资建议
(1) 针对现有企业的投资建议
(2) 针对新进入者的投资建议

部分图表目录：

图表 1：电声行业细分图

图表 2：电子信息制造业主管部门及其监管内容

图表 3：《电子信息制造业“十四五”发展规划》简析

图表 4：《电子基础材料和关键元器件“十四五”规划》简析

图表 5：《电子专用设备仪器“十四五”规划》简析

图表 6：《数字电视与数字家庭产业“十四五”规划》简析

图表 7：2018-2022年美国中国生产总值走势图（单位：亿美元，%）

图表 8：2018-2022年欧盟中国生产总值增速走势图（单位：%）

图表 9：2018-2022年本中国生产总值增速走势图（单位：%）

图表 10：2018-2022年巴西中国生产总值增速走势图（单位：%）

图表 11：2018-2022年中国生产总值走势图（单位：万亿元，%）

图表 12：2018-2022年中国工业增加值趋势图（单位：万亿元，%）

图表 13：2018-2022年中国制造业采购经理指数趋势图（单位：%）

图表 14：2018-2022年中国对外贸易趋势图（单位：万亿美元，%）

图表 15：2018-2022年中国城镇化率趋势图（单位：%）

图表 16：2018-2022年中国互联网宽带接入用户发展情况走势图（单位：万户）

图表 17：2018-2022年中国网民数量及普及率走势图（单位：万人，%）

图表 18：2018-2022年中国固定电话、移动电话用户走势图（单位：万户）

图表 19：2018-2022年中国网络零售市场规模走势图（单位：亿元，%）

图表 20：2018-2022年网络购物用户数及渗透率（单位：万人，%）

图表 21：中国网络购物细分品类成熟度分析

图表 22：国际主要电子产品出货量（单位：亿部，亿台，万台）

图表 23：中国主要电子产品出货量（单位：万部，万台）

图表 24：电声产业链图

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202306/370384.html>