

# 2016-2022年中国对讲机行业深度研究与发展前景预测报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

[www.abaogao.com](http://www.abaogao.com)

## 一、报告报价

《2016-2022年中国对讲机行业深度研究与发展前景预测报告》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.abaogao.com/b/tongxun/Y16189O45E.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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

世界上最早的对讲机可以追溯到1940年，经过70多年的发展，对讲机已经广泛应用于社会的各行各业。相比手机，对讲机具备如下优势：不受网络限制，在无网络的地方，使用者依然可以通过对讲机进行轻松沟通；一次性付费，通话成本低，这也是对讲机广泛应用于政府机关、制造业、采矿业、旅游业、服务业等多个行业的主要原因；对讲机提供一对一，一对多的通话方式，一按就说，操作简单，令沟通更自由，尤其是紧急调度和集体协作工作的情况下，这个特点是非常重要的。

近年来世界各国，特别是在发达国家，相继决定采取技术体制转型的方式，将对讲机的技术体制从模拟技术转换为数字技术，转换为数字技术体制以后的对讲机为数字对讲机。数字对讲机的频率利用率将大为提高，在同样的频段范围内，同一时间同一地域内最大能容纳的数字对讲机个数是模拟对讲机个数的四倍，而且还有更好的抗干扰性能和更丰富的功能。也就是说，采用数字技术后，对讲机产业将迎来更大的发展空间。

从数量上来说，不论是专业对讲机通信还是公众低功率民用对讲机通信，相对于公众移动通信和整个通信市场而言都是非常微小的。然而，对讲机通信，在集群调度、应急通信、即时通信等方面有着独特优势，广泛应用于公安、消防、救护、石油化工和民用的建筑施工、物业管理、酒店餐厅、商场、学校等领域，在国民经济和人们生活中具有重要作用。

目前，我国对讲机行业品牌企业数量超过60家，行业企业总数量达到了几百家，行业企业规模大多较小，2013年国内对讲机行业产量达到3147万部，同比2012年的2935万部增长了7.22%。2014年我国对讲机行业产量约3525万部，近几年我国对讲机行业产量情况。

智研数据研究中心发布的《2016-2022年中国对讲机行业深度研究与发展前景预测报告》共十一章。首先介绍了全球对讲机市场发展简况以及国内对讲机产业发展环境，接着分析了中国对讲机行业规模及消费需求，然后对中国对讲机行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国对讲机行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国对讲机行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将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 2013-2014年世界对讲机行业运行动态分析 1

### 第一节 2013-2014年世界对讲机行业发展概述 1

#### 一、世界对讲机产业特点分析 1

#### 二、对讲机品牌分析 2

#### 三、对讲机技术分析 3

### 第二节 2013-2014年国外对讲机产品市场状况分析 10

#### 一、欧洲 10

#### 二、韩国 13

#### 三、日本 14

根据日本产经省发布的最新统计数据：2013年日本国内对讲机总产量为272.73万台，同比下降13.2%；行业总产值为368.31亿日元，增幅为0.1%。2014年11月日本国内对讲机总产量为263.85万台，产值为360.81亿日元。

2013年1月	237736	3029	2013年2月	248199	3075	2013年3月	154228	2424	2013年4月	196672	2244
2013年5月	204924	2718	2013年6月	184958	2614	2013年7月	224262	2998	2013年8月	234518	3109
2013年9月	246,811	3220	2013年10月	266,397	3789	2013年11月	265,613	3,843	2013年12月	263,017	3,768
2013年合计	2727335	36831	2014年1月	284417	4174	2014年2月	319243	4217	2014年3月	236641	3105
2014年4月	210622	2572	2014年5月	191006	2497	2014年6月	208607	2669	2014年7月	226285	3004
2014年8月	219752	3170	2014年9月	230192	3603	2014年10月	275039	3844	2014年11月	236678	3226
合计	2638482	36081	资料来源：日本产经省								

在消费方面：根据日本产经省统计：2009年以来日本对讲机年进口量在165-220万台之间，2013年日本国内对讲机销量为493.1万台，销售金额为509.31亿日元；2014年1-11月日本国内对讲机销量为452.3万台，销售金额为488.49亿日元。

2013年1月	445076	4002	2013年2月	479363	4589	2013年3月	448847	4619	2013年4月	331270	3329
2013年5月	353118	3601	2013年6月	350716	3759	2013年7月	397073	3918	2013年8月	395108	4221
2013年9月	506111	5549	2013年10月	368194	3924	2013年11月	416045	4699	2013年12月	439733	4721
2013年合计	4930654	50931	2014年1月	494358	5140	2014年2月	516774	5549	2014年3月	474410	5534
2014年4月	325011	3301									

2014年5月 342205 3593 2014年6月 351900 3892 2014年7月 370569 4031 2014年8月  
360796 3839 2014年9月 543930 6168 2014年10月 339706 3539 2014年11月 403227  
4263 2014年1-11月合计 4522886 48849 资料来源：日本产经省

#### 四、澳大利亚 18

#### 第三节 2016-2022年世界对讲机产业发展趋势分析 19

### 第二章 2013-2014年中国对讲机行业市场发展环境分析 20

#### 第一节 国内宏观经济环境分析 20

##### 一、GDP历史变动轨迹分析 20

##### 二、固定资产投资历史变动轨迹分析 22

##### 三、2015年中国宏观经济发展预测分析 29

#### 第二节 2013-2014年中国对讲机行业政策环境分析 31

##### 一、产业政策分析 31

##### 二、相关产业政策影响分析 35

##### 三、进出口政策分析 40

#### 第三节 2013-2014年中国对讲机行业社会环境分析 41

##### 一、人口环境分析 41

##### 二、教育环境分析 42

##### 三、文化环境分析 44

##### 四、生态环境分析 46

##### 五、中国城镇化率 47

##### 六、居民的各种消费观念和习惯 48

### 第三章 2013-2014年中国对讲机行业运行动态分析 55

#### 第一节 2013-2014年中国对讲机产业发展综述 55

##### 一、对讲机产业特点分析 55

##### 二、对讲机价格分析 55

##### 三、对讲机技术分析 58

#### 第二节 2013-2014年中国对讲机产业运行走势分析 59

##### 一、国内对讲机市场需加强整治规范 59

##### 二、对讲机品牌分析 61

三、对讲机市场面临薄利时代	63
四、对讲机在全球进入模数转换时期形成标准	64
第三节 2013-2014年中国对讲机产业发展存在问题分析	65
第四章 2013-2014年中国对讲机产业市场运行态势分析	66
第一节 中国对讲机产业市场发展现状	66
一、对讲机市场的演变	66
二、专业对讲机市场渠道	67
三、生产商的“三级”世界	67
第二节 中国对讲机产业市场运行动态分析	68
一、经销商，企业市场战略的核心	68
二、农村无线对讲机市场的现状	69
三、售后服务	70
第三节 中国民用对讲机市场火爆的原因	70
第五章 2013-2014年中国对讲机产业市场供需走势分析	72
第一节 2013-2014年中国对讲机产业供给分析	72
一、对讲机市场供给整体情况分析	72
二、对讲机生产企业动态分析	73
三、影响对讲机市场供给的因素分析	76
第二节 2013-2014年中国对讲机产业市场需求分析	76
一、对讲机整体需求分析	76
二、消费者需求特点分析	78
三、影响需求的因素分析	80
第三节 2013-2014年中国对讲机产业市场项目分析	81
第六章 2011-2014年中国通信终端设备制造行业数据监测分析	83
第一节 2011-2014年中国通信终端设备制造行业规模分析	83
一、企业数量分析	83
二、资产规模分析	83
三、销售规模分析	84
四、利润规模分析	84

第二节 2011-2014年中国通信终端设备制造行业产值分析	84
一、产成品分析	84
二、工业销售产值分析	85
三、出口交货值分析	85
第三节 2011-2014年中国通信终端设备制造行业成本费用分析	86
一、销售成本分析	86
二、销售费用分析	86
三、管理费用分析	86
四、财务费用分析	87
第四节 2011-2014年中国通信终端设备制造行业运营效益分析	87
一、盈利能力分析	87
二、偿债能力分析	88
三、运营能力分析	88
四、成长能力分析	88
第七章 2013-2014年中国对讲机行业消费者偏好调查分析	90
第一节 对讲机目标客户群体调查	90
一、不同收入水平消费者偏好调查	90
二、不同年龄的消费者偏好调查	90
三、不同地区的消费者偏好调查	91
第二节 2013-2014年对讲机的品牌市场调查	92
一、消费者对对讲机品牌认知度宏观调查	92
二、消费者对对讲机的品牌偏好调查	93
三、消费者对对讲机品牌的首要认知渠道	95
四、消费者经常购买的品牌调查	96
五、对讲机品牌忠诚度调查	96
六、对讲机品牌市场占有率调查	97
七、消费者的消费理念调研	97
第三节 2013-2014年不同客户购买相关的态度及影响分析	99
一、价格敏感度	99
二、品牌的影响	101
三、购买方便的影响	102

四、广告的影响程度 104

五、包装的影响程度 105

第八章 2013-2014年中国对讲机行业市场竞争格局分析 108

第一节 2013-2014年中国对讲机竞争现状分析 108

一、对讲机价格竞争分析 108

二、对讲机品牌竞争分析 109

三、中外对讲机竞争分析 111

第二节 2013-2014年中国国对讲机行业集中度分析 112

一、市场集中度分析 112

二、区域集中度分析 113

第三节 2013-2014年中国对讲机企业提升竞争力策略分析 114

第九章 中国对讲机优势生产企业竞争性财务数据分析 116

第一节 友利电电子（深圳）有限公司 116

一、企业概况 116

二、企业主要经济指标分析 116

三、企业盈利能力分析 117

四、企业偿债能力分析 117

五、企业运营能力分析 117

六、企业成长能力分析 117

第二节 惠阳中建电讯制品有限公司 118

一、企业概况 118

二、企业主要经济指标分析 118

三、企业盈利能力分析 119

四、企业偿债能力分析 119

五、企业运营能力分析 119

六、企业成长能力分析 119

第三节 康拓实业（深圳）有限公司 120

一、企业概况 120

二、企业主要经济指标分析 121

三、企业盈利能力分析 121

四、企业偿债能力分析	121
五、企业运营能力分析	122
六、企业成长能力分析	122
第四节 深圳市好易通科技有限公司	122
一、企业概况	122
二、企业主要经济指标分析	123
三、企业盈利能力分析	123
四、企业偿债能力分析	123
五、企业运营能力分析	124
六、企业成长能力分析	124
第五节 青岛韩昌电子有限公司	124
一、企业概况	124
二、企业主要经济指标分析	125
三、企业盈利能力分析	125
四、企业偿债能力分析	126
五、企业运营能力分析	126
六、企业成长能力分析	126
第六节 深圳创华合作有限公司	127
一、企业概况	127
二、企业主要经济指标分析	128
三、企业盈利能力分析	128
四、企业偿债能力分析	128
五、企业运营能力分析	129
六、企业成长能力分析	129
第七节 威泰克斯通讯（苏州）有限公司	129
一、企业概况	129
二、企业主要经济指标分析	130
三、企业盈利能力分析	130
四、企业偿债能力分析	131
五、企业运营能力分析	131
六、企业成长能力分析	131
第八节 文登第逸电子有限公司	131

一、企业概况	131
二、企业主要经济指标分析	132
三、企业盈利能力分析	132
四、企业偿债能力分析	132
五、企业运营能力分析	133
六、企业成长能力分析	133
第九节 安悦电子（深圳）有限公司	133
一、企业概况	133
二、企业主要经济指标分析	134
三、企业盈利能力分析	134
四、企业偿债能力分析	134
五、企业运营能力分析	135
六、企业成长能力分析	135
第十节 邦深电子（深圳）有限公司	135
一、企业概况	135
二、企业主要经济指标分析	136
三、企业盈利能力分析	136
四、企业偿债能力分析	136
五、企业运营能力分析	137
六、企业成长能力分析	137
第十章 2016-2022年中国对讲机行业发展趋势预测分析	138
第一节 2016-2022年中国对讲机产业发展前景分析	138
一、中国通信终端设备制造行业预测分析	138
二、对讲机技术发展方向	139
三、对讲机市场竞争格局预测分析	140
第二节 2016-2022年中国对讲机产业市场预测分析	141
一、对讲机市场需求趋势分析	141
二、对讲机行业供给趋势分析	141
三、对讲机进出口预测分析	142
第三节 2016-2022年中国对讲机市场盈利预测分析	142

第十一章 2016-2022年对讲机行业投资风险分析及建议 ( zyyzg ) 145

第一节 2016-2022年对讲机行业投资风险分析 145

一、宏观调控风险 145

二、行业竞争风险 146

三、供需波动风险 146

四、技术风险 146

五、经营管理风险 146

六、其他风险 147

第二节 2016-2022年对讲机行业投资建议分析 148

一、投资产品建议 148

二、投资区域建议 148

三、投资方式建议 149

第三节 2016-2022年对讲机行业投资策略分析 149

一、企业经营战略策略 149

二、兼并及收购策略 150

三、融资方式选择策略 150

四、海外资本市场的运作策略 151

图表目录：部分

图表：对讲机主要品牌简介

图表：MTP3100简约型TETRA对讲机

图表：MTP3250增强型TETRA对讲机

图表：NDP-950

图表：智享高效数字沟通海能达推出数字对讲机

图表：安全和健康的协调标准有

图表：欧洲射频标准测试项目

图表：欧洲电磁兼容标准测试项目

图表：欧洲数字对讲机市场份额在80%以上

图表：2009-2014年韩国对讲机需求量：万台

图表：2008-2014年日本对讲机产量：台

图表：2008-2014年日本对讲机总产值：百万日元

图表：2013-2014年11月日本对讲机产量产值月度统计表

图表：2009-2014年日本对讲机销量：台

图表：2009-2014年日本对讲机总产值：百万日元

图表：2013-2014年11月日本对讲机销售分月度统计表 单位 个，百万日元

图表：澳大利亚对讲机需求分布

图表：2010-2014年我国对讲机产品价格指数

图表：2013-2014年部分对讲机产品价格：

图表：2014年对讲机品牌整体关注比例格局

图表：2013-2014年中国对讲机市场品牌关注比例对比

图表：2009-2014年我国对讲机行业市场产量统计

图表：2009-2014年中国对讲机行业进出口数据

图表：2009-2014年中国对讲机行业进出口价格

图表：2009-2014年我国对讲机行业市场需求量统计

图表：不同收入水平消费者偏好调查

图表：不同收年龄消费者偏好调查

图表：中国对讲机市场区域消费能力对比（按经济带划分）

图表：十大消费者首选“对讲机”产品品牌榜

图表：消费者对对讲机品牌的首要认知渠道

图表：对讲机品牌忠诚度调查

图表：对讲机品牌市场占有率调查

图表：对讲机消费者购买目的及主要用途

图表：对讲机消费者所处环境满意度

图表：不同收入水平的客户购买对讲机产品价格敏感度

图表：不同年龄的客户购买对讲机产品价格敏感度

图表：不同地区的客户购买对讲机产品价格敏感度

图表：不同收入水平的客户购买对讲机产品品牌影响程度

图表：不同年龄的客户购买对讲机产品品牌影响程度

图表：不同地区的客户购买对讲机产品品牌影响程度

图表：不同收入水平的客户购买对讲机产品购买方便的影响程度

图表：不同年龄的客户购买对讲机产品购买方便的影响程度

图表：不同地区的客户购买对讲机产品购买方便的影响程度

图表：不同收入水平的客户购买对讲机产品广告的影响程度

图表：不同年龄的客户购买对讲机产品广告的影响程度

图表：不同地区的客户购买对讲机产品广告的影响程度

图表：2016-2022年我国对讲机需求预测分析

图表：2016-2022年我国对讲机产量预测分析

图表：2016-2022年我国对讲机进口预测分析

图表：2016-2022年我国对讲机出口预测分析

图表：2016-2022年我国对讲机盈利能力预测

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/tongxun/Y16189O45E.html>