



2007 年多媒体音箱行情

近两年，国内多媒体音箱市场一反常态地火爆，新品牌层出不穷，老品牌加油再战。产品方面，新概念层出不穷，旧概念融入新元素继续热炒，这一切造成了 2007 年多媒体音箱市场的火热，同时也有些繁乱。2007 年，随着音像技术、概念、市场进一步走向成熟，加上欧盟 RoHS 标准下国家质量监督新规章的推出，以及电脑外设整体品位的提升，人们对多媒体音箱的质量、外观、音质等综合方面的要求肯定会提升，2007 年的音箱会被厂商、消费者演绎得更精彩。

2007 年度，传统多媒体音箱市场的竞争格局在不断扩展，产品之间的竞争领域不再只是局限在台式 PC 的多媒体音响。而专为笔记本电脑、ipod 随身听设计的微型音箱产品也成为了各大品牌的主打市场。此外，2007 年是独立功放产品普及的一年，产品的逐渐平民化和多样化，使独立功放音箱步入了主流市场。同时随着用户对音质要求的提高，2.0 音箱产品的关注度大幅提高，同时也向家电化的方向发展以适应家庭用户的需要。多声道产品由于布线繁琐，价格较高等原因依然不被广大的消费者所认可。

2007 年度音箱品牌对比分析

图1 2007年度音箱品牌关注度对比状况



数据来源：IT168数据中心

漫步者依然是国内多媒体音箱市场的老大，而且领先第二名幅度非常大。凭着在主流市场极大的优势和在高端市场不断的研发创新，可以预见漫步者在未来几年第一的位置依然会非常牢固。排名第二的是麦博，其在国内市场通过梵高系列产品和经典的 M200 的后续产品在消费者中树立起了良好口碑。

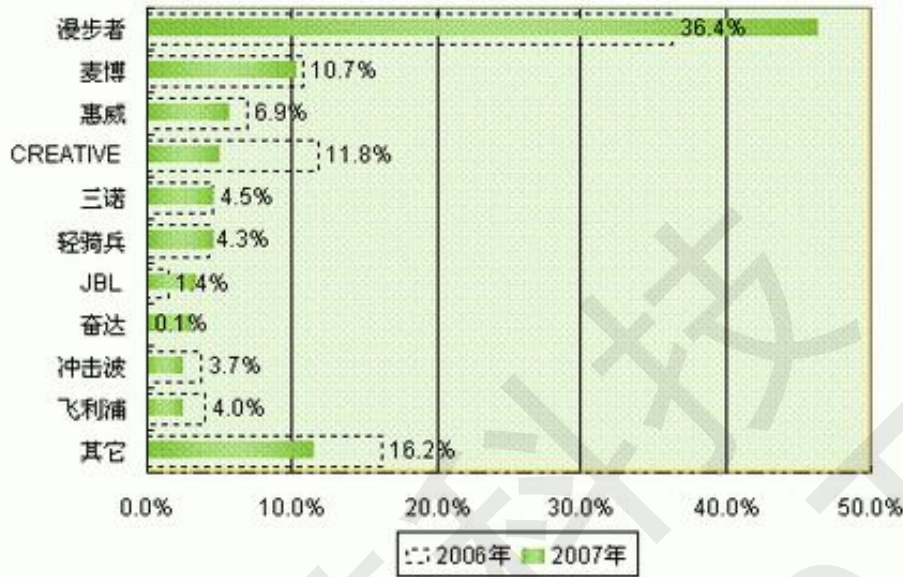
惠威，创新，三诺，轻骑兵的关注度基本上在同一水平，惠威走的依然是偏高端路线，今年推出的 M200KII，D1080MKII 两款产品被用户继续追捧。另外惠威针对笔记本用户推出的 S3W 等产品也有不错的成绩。创新今年在多媒体音箱市场并没有什么大动作，但凭着品牌的传统优势依然得到用户关注。三诺今年在国内市场表现不错，几款低价独立功放音箱，IFI725 和永恒 2.0 音箱都赚足了消费者的眼球。轻骑兵属于老牌的音箱厂家，不断稳步发展中也赢得了用户的肯定。

JBL 为多媒体音响市场展示了其在设计理念、制作工艺和音响技术方面的创新实力，这样的产品的弱点就是价格太高，难以被普通大众所接受。奋达是老牌的音箱厂商了，虽然此前专注于国外 OEM 业务，但是 2007 年奋达在国内市场动作不少，推出的博客，魔兽，贝多芬系列产品都很受市场用户关注。

2007 年度音箱品牌关注度对比分析



图2 2007年度品牌关注度对比分析



数据来源：IT168数据中心

今年的漫步者可谓更上一层楼，品牌关注度的比例从去年的36%上升到今年的46%。漫步者与其它品牌的差距在不断拉大，良好的产品更新周期和成熟的渠道使漫步者稳坐龙头位置，并不断扩大优势。麦博的表现与去年基本持平，说明用户对传统老品牌的关注度还是相对稳定的。创新从去年的接近12%大幅下降至5%，这跟创新的市场策略有关，创新近年已经逐渐淡出大陆市场，新品不多，只是靠一部分多声道音箱产品来维持用户的关注。三诺和轻骑兵的关注度基本都和上年相对持平。值得一提的是奋达，从去年只有0.1%大幅上升至今年的3.2%，多系列的产品使其在各个价格段都有相应的用户支持。

2007年关注度前10位音箱品牌排名

品牌关注度	2006年排名	2007年排名	排名升降
漫步者	1	1	保持不变
麦博	3	2	↑1位
惠威	4	3	↑1位
CREATIVE	2	4	↓2位
三诺	5	5	保持不变
轻骑兵	6	6	保持不变
JBL	10	7	↑3位
奋达	27	8	↑19位
冲击波	8	9	↓1位
飞利浦	7	10	↓3位

音箱品牌关注度排名增长状况来看，飞利浦、GERATIVE与冲击波的品牌排名较去年有所下降。从中可以看到飞利浦采取的“授权式”经营多媒体音箱的市场策略，并没有获得消费者的认可。而GERATIVE与冲击波这两个品牌，在今年中推出的新品非常少，而且几乎没有什么大的市场宣传，从而导致了用户的冷落，关注度的排名下跌。而今JBL又继续进步，JBL为多媒体音响市场带来的产品新意、工艺甚至技术，都成为了吸引大量用户关注的亮点。作为今年成长最快的品牌奋达，多年专注开拓国内市场的努力得到了消费者的肯定，这说明功夫不负有心人，但愿奋达能够在多媒体音箱市场继续进步。

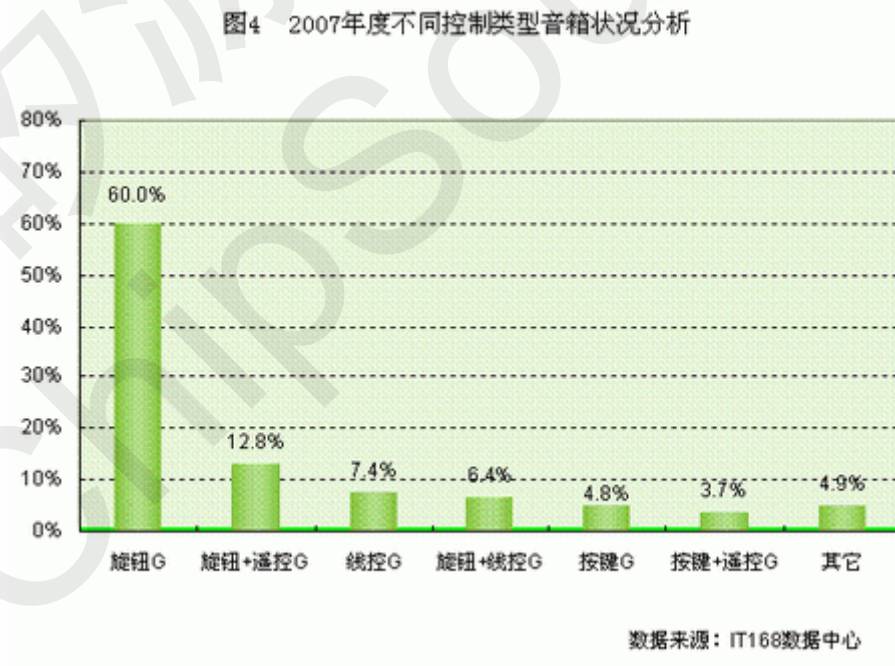


不同声道系统音箱产品的关注度对比分析



对于音箱双声道和多声道关注度来看，双声道系统下的2.1和2.0两种架构的音箱关注度超过了90%，而5.1音箱关注度份额下跌不少。显然，多声道的应用性差，以及用户布线问题较难解决，始终得不到用户的青睐。而2.1架构的音箱关注度几乎接近2.0架构音箱的2倍，这从今年各大厂商大力推广独立功放有很大关系。2.0音箱关注度相对于去年也有了一定的提高，这是因为人们对音质的要求比以前高了，会享受的用户群大都会去选择2.0产品。

不同控制类型的音箱产品关注度对比分析



在控制类型上，大概反映了目前多媒体音箱用户的使用习惯。虽然线控产品调节音量更加方便，但是由于市场上的线控产品不多，所以传统的旋钮式产品依然占据主导地位。而更少产品支持的按钮式设计，也因为产品数量的不足而关注度不高。可以说，采用何种操控方式，对用户的采购意向不起决定性影响。



音箱产品型号排名状况

2007 年度最受关注前 20 位音箱产品对比分析

2007 年排名	型号关注度 TOP20
1	漫步者 C2
2	漫步者 e3100
3	漫步者 E1100
4	漫步者 M11
5	漫步者 R201T06
6	漫步者 R1900TII06
7	麦博 梵高 FC550 升级版
8	漫步者 R1900TIII
9	漫步者 R1000TC 北美版
10	漫步者 R101T06
11	漫步者 E3300
12	惠威 D1080
13	漫步者 R231T
14	漫步者 M3
15	漫步者 M2
16	漫步者 M0
17	惠威 T200B
18	奋达 MF-180
19	麦博 梵高 FC361
20	漫步者 S2000

与品牌关注度一样，产品关注度方面也是漫步者一家独大，排名前 20 名产品几乎清一色的漫步者产品。排名第一的是漫步者的 C2，它是一款独立功放的 2.1 音箱，在去年上市时还默默无闻，但今年独立功放产品在市场上大放异彩，这款产品以其优良的产品性能在独立功放产品中获得了用户的大力追捧。排名第二和第三的 E3100 和 E1100 都是时尚型 2.1 音箱产品，凭借出色的外观和合理的价格得到了广大消费者的关注。R201T06，R101T6，R1000TC 北美版，R231T 都是装机热门产品，这些产品的关注度自然很高。漫步者的 R1900 在用户中一直有比较高的评价，在 2007 年依然有两款产品很受关注。麦博的梵高系列产品今年有两款进入前 20 名，这两款产品在市场上的销量都比较理想，口碑也不错。惠威和 D1080 依然在榜上，相信随着时间推移 D1080MKII 会取代它的位置。奋达今年表现出色，一款电子分频音箱 MF180 首次进入了前 20 名，以出色的性价比赢得了用户的关注。不过，各厂商习惯性的在年底推出的新品，包括惠威的 M200MKII，漫步者 S2.1M、三诺 N25G 等新品，由于时间原因均未能入选。

2007 年音箱市场总结与展望

2007 年是 2.1 音箱继续壮大的一年。各大厂商除了力推的 2.1 独立功放音箱外，2.1 音箱产品本身相对低廉的价格也能吸引到非常多用户。在产品的应用方面，独立功放的价值也得到了市场的充分认可和重新定位。外置功放不再等同于传统 Hi-Fi 中独立功放的定义，它的电路外置不能给音箱带来更好的音质，但在操作性上有明显的改善，这些音箱完全可以离开电脑，应用于家居中的更多场合。除了独立功放产品外，一些厂商重新推出胆放产品也是市场的一个亮点，虽然价格较高，但是胆放对于一部分高端用户的吸引力还是很大。在产品创新方面，漫步者去年 M 系列，取得成功后，今年再推出几款产品，给微型音箱市场再次注入强心剂。三诺推出的 ispeak800 等搭配 ipod 的音箱也是市场的一大亮点。

对于整个多媒体音箱市场，2007 年产品的创新能力不足仍是摆在所有厂商面前的重要问题。尽管 2007 年出现了像三诺 IFI725 这样非常有技术含量的产品，但创新并没有成为整个市场的主旋律。另外随着高清技术的不断发展普及，连带着多声道音响的需求增加。我们可以期待 2008 年多声道音箱将借此东风，逐渐摆脱目前的颓势，赢得更多用户的认可和购买。

(备注) 小霸王音箱走的是低端市场，在多媒体音箱上始终没有多大的发展。Audex 在国外蓝牙音箱市场走的还相当不错。亚钛的 5.1 家庭影院在欧洲市场还是有一席之地。琅琅因为规模小，所以 IPOD 音箱市场的量始终没有超过 50K 的量。