

2020-2026年中国智能音箱 行业分析与投资策略报告

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年中国智能音箱行业分析与投资策略报告》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/202009/185687.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

据不完全统计，目前，已经发布智能音箱产品的企业有近50家，还有至少500家与之相关的硬件企业或技术提供商活跃在前沿阵线，同时在苹果、谷歌、亚马逊、阿里、京东等国内外巨头加速布局驱动下，智能音箱行业将出现“战国”局面。2015Q2-2017Q2京东商城智能音箱销量增长走势

中企顾问网发布的《2020-2026年中国智能音箱行业分析与投资策略报告》共十章。首先介绍了中国智能音箱行业市场发展环境、智能音箱整体运行态势等，接着分析了中国智能音箱行业市场运行的现状，然后介绍了智能音箱市场竞争格局。随后，报告对智能音箱做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国智能音箱行业发展趋势与投资预测。您若想对智能音箱产业有个系统的了解或者想投资中国智能音箱行业，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 智能音箱所属行业概述

1.1 智能音箱概念阐释

1.1.1 智能音箱的定义

1.1.2 智能音箱的分类

1.1.3 智能音箱的工作原理

1.1.4 智能音箱的发展历程

1.2 智能音箱发展优势

1.2.1 智能音箱的特性

1.2.2 音乐品质比较高

1.2.3 有声读物更丰富

1.2.4 语音交互功能突出

1.2.5 与蓝牙音箱的对比

1.3 智能音箱产业链结构剖析

第二章 2015-2018年智能家居所属行业发展综述

2.1 智能家居行业概述

2.1.1 行业概念界定

2.1.2 行业有利因素

2.1.3 行业系统组成

2.2 2015-2018年全球智能家居所属行业发展分析

2.2.1 市场规模现状

2.2.2 细分市场状况

2.2.3 市场渗透率分析

2.2.4 市场规模预测

2.3 2015-2018年中国智能家居所属行业运行状况

2.3.1 市场规模现状

2.3.2 市场渗透率状况

2.3.3 行业SWOT分析

2.3.4 市场规模预测

2.3.5 市场发展趋势

2.4 智能家居行业发展问题及对策建议

2.4.1 行业发展困境

2.4.2 行业存在问题

2.4.3 解决对策分析

2.4.4 行业发展策略

第三章 2015-2018年中国智能音箱所属行业发展环境

3.1 经济环境

3.1.1 宏观经济概况

3.1.2 工业运行情况

3.1.3 固定资产投资

3.1.4 宏观经济展望

3.2 政策环境

3.2.1 人工智能相关政策

3.2.2 智能家居扶持政策

3.2.3 信息产业发展指南

3.2.4 中央地方配套政策

3.3 社会环境

3.3.1 居民收入水平

3.3.2 社会消费规模

3.3.3 居民消费水平

3.3.4 消费市场特征

3.4 行业环境

3.4.1 音箱品牌关注状况

3.4.2 音箱类型关注状况

3.4.3 音箱功能关注状况

3.4.4 音箱材质关注状况

第四章 2015-2018年中国智能音箱所属行业市场发展分析

4.1 2015-2018年音响产品制造行业发展综述

4.1.1 市场规模现状

4.1.2 市场需求分析

4.1.3 市场竞争状况2018年美国智能音箱的月活跃用户将会达到3560万人，比去年增长128.9%。其中亚马逊的Echo将达到70.6%的市场占有率，远远领先于第二名GoogleHome的23.8%。2017年美国智能音箱的市场占有率

4.1.4 消费群体特征

4.2 2015-2018年美国智能音箱市场发展状况

4.2.1 厂商布局分析

4.2.2 市场用户规模

4.2.3 市场竞争格局

4.2.4 用户消费特征

4.3 2015-2018年中国智能音箱市场发展分析

4.3.1 行业发展背景

4.3.2 市场销售规模

4.3.3 厂商布局分析

4.3.4 市场评价指标

4.3.5 市场应用价值

4.3.6 行业渠道分析

4.3.7 行业发展动态

4.4 中国智能音箱产品分析

4.4.1 主要产品的对比

4.4.2 典型产品的特点

4.4.3 产品竞争力分析

4.4.4 产品的应用场景

4.5 中国智能音箱用户调查研究

4.5.1 产品普及程度

4.5.2 用户属性特点

4.5.3 用户家庭属性

4.5.4 注重功能分析

4.6 中国智能音箱行业发展困境和对策

4.6.1 行业发展困境

4.6.2 行业发展瓶颈

4.6.3 行业发展对策

4.6.4 行业发展建议

第五章 2015-2018年中国智能音箱芯片市场发展状况

5.1 2015-2018年中国语音芯片行业发展综述

5.1.1 行业发展阶段

5.1.2 行业发展前期

5.1.3 中小厂商兴起

5.1.4 市场发展潜力

5.2 2015-2018年中国智能音箱芯片市场竞争状况

5.2.1 市场竞争状况

5.2.2 厂商布局分析

5.2.3 厂商代表产品

第六章 2015-2018年智能语音发展状况探析

6.1 语音AI——人工智能入口分析

6.1.1 AI 2.0时代的特征

6.1.2 语音成AI 2.0入口

6.1.3 语音AI产业链分析

- 6.1.4 语音产品发展状况
- 6.1.5 语音技术服务市场
- 6.1.6 市场应用场景分析
- 6.1.7 语音技术发展展望
- 6.2 语音AI支撑技术全面分析
 - 6.2.1 智能语音核心技术
 - 6.2.2 语音AI技术的要素
 - 6.2.3 语音识别技术研究
 - 6.2.4 声纹识别技术发展
 - 6.2.5 自然语音处理技术
 - 6.2.6 深度学习方法解析
 - 6.2.7 基础芯片硬件支持
- 6.3 智能语音市场发展状况
 - 6.3.1 市场发展阶段
 - 6.3.2 市场规模现状
 - 6.3.3 智能语音布局
 - 6.3.4 厂商布局状况
 - 6.3.5 市场竞争格局
 - 6.3.6 市场发展前景
- 6.4 科技企业布局智能语音市场
 - 6.4.1 谷歌Google
 - 6.4.2 亚马逊Amazon
 - 6.4.3 科达讯飞
 - 6.4.4 苹果Apple
 - 6.4.5 微软Microsoft
 - 6.4.6 Nuance
 - 6.4.7 百度
 - 6.4.8 腾讯
 - 6.4.9 阿里

第七章 2015-2018年智能音箱相关行业——音乐行业发展分析

7.1 2015-2018年中国在线音乐市场运行分析

- 7.1.1 在线音乐用户规模
- 7.1.2 平台竞争格局分析
- 7.1.3 音乐用户付费规模
- 7.1.4 音乐用户收听场景
- 7.2 2015-2018年中国数字音乐产业发展状况
 - 7.2.1 数字音乐产业结构
 - 7.2.2 全球市场收入状况
 - 7.2.3 国内市场规模现状
 - 7.2.4 市场竞争格局分析
 - 7.2.5 数字音乐市场动态
 - 7.2.6 数字音乐平台布局
 - 7.2.7 市场未来发展趋势

第八章 2015-2018年智能音箱典型代表厂商分析

- 8.1 亚马逊
 - 8.1.1 企业布局状况
 - 8.1.2 市场销售规模
 - 8.1.3 产品功能介绍
 - 8.1.4 产品拆解分析
- 8.2 谷歌
 - 8.2.1 企业布局状况
 - 8.2.2 产品功能介绍
 - 8.2.3 产品拆解分析
- 8.3 京东
 - 8.3.1 企业发展概况
 - 8.3.2 企业布局状况
 - 8.3.3 产品发展现状
- 8.4 苹果
 - 8.4.1 企业发展概况
 - 8.4.2 企业布局状况
 - 8.4.3 产品功能介绍
- 8.5 阿里

- 8.5.1 企业发展概况
- 8.5.2 企业布局状况
- 8.5.3 产品功能介绍

第九章 2015-2018年中国智能音箱产业链重点企业经营状况

9.1 科大讯飞

- 9.1.1 企业发展概况
- 9.1.2 经营效益分析
- 9.1.3 业务经营分析
- 9.1.4 财务状况分析
- 9.1.5 核心竞争力分析
- 9.1.6 公司发展战略
- 9.1.7 未来前景展望

9.2 全志科技

- 9.2.1 企业发展概况
- 9.2.2 经营效益分析
- 9.2.3 业务经营分析
- 9.2.4 财务状况分析
- 9.2.5 核心竞争力分析
- 9.2.6 公司发展战略
- 9.2.7 未来前景展望

9.3 北京君正

- 9.3.1 企业发展概况
- 9.3.2 经营效益分析
- 9.3.3 业务经营分析
- 9.3.4 财务状况分析
- 9.3.5 核心竞争力分析
- 9.3.6 公司发展战略
- 9.3.7 未来前景展望

9.4 歌尔股份

- 9.4.1 企业发展概况
- 9.4.2 经营效益分析

- 9.4.3 业务经营分析
- 9.4.4 财务状况分析
- 9.4.5 核心竞争力分析
- 9.4.6 公司发展战略
- 9.4.7 未来前景展望
- 9.5 奋达科技
- 9.5.1 企业发展概况
- 9.5.2 经营效益分析
- 9.5.3 业务经营分析
- 9.5.4 财务状况分析
- 9.5.5 核心竞争力分析
- 9.5.6 公司发展战略
- 9.5.7 未来前景展望
- 9.6 漫步者
- 9.6.1 企业发展概况
- 9.6.2 经营效益分析
- 9.6.3 业务经营分析
- 9.6.4 财务状况分析
- 9.6.5 核心竞争力分析
- 9.6.6 公司发展战略
- 9.6.7 未来前景展望
- 9.7 国光电器
- 9.7.1 企业发展概况
- 9.7.2 经营效益分析
- 9.7.3 业务经营分析
- 9.7.4 财务状况分析
- 9.7.5 核心竞争力分析
- 9.7.6 公司发展战略
- 9.7.7 未来前景展望

第十章中国智能音箱行业投资分析及发展前景预测

10.1 智能音箱行业投资潜力分析

- 10.1.1 行业投资现状
- 10.1.2 行业投资机遇
- 10.1.3 行业投资建议
- 10.2 智能音箱行业发展前景分析
 - 10.2.1 市场发展空间
 - 10.2.2 行业研发前景
 - 10.2.3 发展方向分析
- 10.3 智能音箱行业未来发展展望
 - 10.3.1 行业发展趋势
 - 10.3.2 行业发展挑战
 - 10.3.3 行业发展机遇
- 10.4 2020-2026年中国智能音箱市场预测分析
 - 10.4.1 影响因素分析
 - 10.4.2 市场规模预测

图表目录：

- 图表：智能音箱的功能
- 图表：智能音箱构成
- 图表：智能音箱产品发展历程
- 图表：智能音箱市场AMC模型
- 图表：WiFi音箱与蓝牙音箱推送方式对比
- 图表：京东叮咚音箱有声读读物丰富
- 图表：叮咚音箱中频特点表现出色
- 图表：智能音箱更加突出语音交互功能
- 图表：智能音箱可作为众多服务入口
- 图表：WiFi音箱与蓝牙音箱对比
- 图表：WiFi智能音箱与蓝牙音箱性能对比
- 图表：WiFi智能音箱与蓝牙音箱特点对比
- 图表：智能音箱产业链结构图
- 图表：智能音箱产业链
- 图表：巨头纷纷布局智能音箱产业
- 图表：2018年美国智能音箱市场份额

图表：2020-2026年语音控制装置出货量

图表：美国智能音箱产品市占率

图表：用户使用Echo频率超过一次的功能

图表：2016-2018年美国智能音箱使用者分年代统计

图表：2012-2017中国社会消费品零售额占GDP比例

图表：2014-2024年中国AI家庭终端市场规模

图表：2018年各国AI家庭终端市场规模

图表：2018年各国AI家庭终端普及率

图表：AI家庭终端平台的核心作用

图表：各电脑操作系统的市场占有率

图表：各手机操作系统的市场占有率

图表：主要消费电子产品大致5年一个新品周期

图表：2018年美国用户使用智能语音识别的主要原因

图表：2012-2018年百度语音识别准确率

图表：2013-2018年谷歌语音识别准确率

图表：2018年美国用户使用智能语音识别的主要场景

图表：亚马逊Echo智能音箱采用的6+1麦克风阵列

图表：麦克风阵列工作原理

图表：家居场景下声音环境复杂

图表：科大讯飞麦克风阵列产品

图表：2016-2024年中国智能音箱销售规模

图表：2015-2018年国内智能音箱累计销售规模

图表：智能音箱产业发展周期图

图表：2015-2018年京东商城智能音箱销量

图表：智能音箱市场参与者

图表：中国智能音箱厂商实力矩阵图

图表：智能音箱市场评价指标

图表：智能音箱的潜在市场价值空间广阔

图表：2018年智能音箱行业动态

图表：国外主要智能音箱产品对比

图表：国内主要智能音箱产品对比

图表：国内外智能音箱产品对比

图表：国外典型智能音箱产品盘点

图表：国内典型智能音箱产品盘点

图表：智能音箱硬件技术

图表：智能音箱语音交互技术

图表：智能音箱涵盖家居生活中的多种场景

图表：2018年中国受访网民关于智能音箱了解情况调查

图表：2018年受访网民关于智能音箱行业发展前景看法调查

图表：2018年中国受访网民关于智能音箱市场竞争看法调查

图表：2018中国受访网民对智能音箱与传统音箱的购买偏向选择占比

图表：智能音箱用户属性特点

图表：智能音箱用户家庭属性明显

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202009/185687.html>