

# 2022-2028年中国智能音箱 行业分析与投资战略报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

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

## 一、报告报价

《2022-2028年中国智能音箱行业分析与投资战略报告》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/202201/264509.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

当前，国内智能音箱产品呈多元化发展态势。一方面体现在应用场景的多样化，包括客厅、卧室、浴室、餐厅等；另一方面则是产品功能的多样化，如声纹购物、智能家居控制、视频通话、摄像监控、有声播放、新闻资讯等。在智能音箱还没有出现之前，人们购物的最便捷方式就是打开手机网购。显然，不断升级的智能音箱使得“开口即得”的生活不再是天方夜谭。

据了解，在2017年的时候，中国拥有超过2000多家智能音箱厂商，但其中大多数都扮演着“组装厂”的角色。他们购买语音系统和解决方案，然后贴上自家品牌发货给经销商。消费者花高价购买的智能音箱，用户体验却不甚理想，语音识别准确率低、交互场景受限，音质难敌专业性产品。那时的智能音箱并没有完全成为实现人们生活智能化便捷化的智能产品。

2018年以来，阿里巴巴、百度、小米、腾讯等巨头相继入场，相比于智能音箱本身的利润，他们更看重语音交互的话语权以及移动互联的新入口，对智能音箱市场发起了全面进攻。小米在2017年中旬发布小爱音箱时，直接给出299元的成本价，打破了智能音箱的价格平衡。随后阿里巴巴和百度迅速入场，直接把智能音箱价格拉低至89元，几乎等于白送。短短一年时间，95%的“玩家”退场，阿里巴巴、百度、小米占据了出货量的大头，将智能音箱市场拉入正轨，智能音箱市场开启技术与用户体验之争。智能音箱消费者男女性别占比智能音箱消费者年龄段占比

中企顾问网发布的《2022-2028年中国智能音箱行业分析与投资战略报告》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：第一部分 产业环境透视第一章 中国智能音箱行业发展综述第一节 智能音箱行业报告研究范围一、智能音箱行业专业名词解释二、智能音箱行业研究范围界定三、智能音箱行业分析框架简介四、智能音箱行业分析工具介绍第二节 智能音箱行业定义及分类一、智能音箱行业概念及定义二、智能音箱行业主要产品分类第三节 智能音箱行业产业链分析一、智能音箱行业所处产业链简介二、智能音箱行业产业链上游分析三、智能音箱行业产业链下游分析第二章 中国智能音箱行业发展环境分析第一节 智能音箱行业政策环境分析一、智能音箱行业监管体系

二、智能音箱行业产品规划三、智能音箱行业布局规划四、智能音箱行业企业规划

## 第二节 智能音箱行业经济环境分析

一、中国GDP增长情况二、固定资产投资情况

## 第三节 智能音箱行业技术环境分析

一、智能音箱行业专利申请数分析二、智能音箱行业专利申请人分析三、智能音箱行业热门专利技术分析

## 第四节 智能音箱行业消费环境分析

一、智能音箱行业消费态度调查二、智能音箱行业消费驱动分析三、智能音箱行业消费需求特点四、智能音箱行业消费群体分析五、智能音箱行业消费行为分析六、智能音箱行业消费关注点分析七、智能音箱行业消费区域分布

## 第二部分 行业深度分析

### 第三章 中国智能音箱所属行业运行现状分析

#### 第一节 中国智能音箱所属行业发展状况分析

从智能音箱市场竞争格局来看：阿里巴巴、百度和小米的市场份额占比超过9成。其中，阿里巴巴的天猫精灵智能音箱，以全年1561万台出货量位居首位，同比增长87.9%；百度的小度智能音箱位列第二，全年出货量1490万台，同比增长278.5%；小米的小爱智能音箱位列第三，全年出货量1130万台，同比增长89.7%。

2019年中国智能音箱出货量市场占比

消费者对智能音箱的关注情况

#### 一、中国智能音箱行业发展阶段

#### 二、中国智能音箱行业发展概况及特点

#### 三、中国智能音箱行业发展存在的问题

#### 四、中国智能音箱行业商业模式分析第二节 中国智能音箱所属行业市场运行现状分析 一、中国智能音箱行业市场规模二、中国智能音箱产品结构分析三、中国智能音箱行业产销分析四、中国智能音箱行业利润总额分析 第三节 中国智能音箱企业发展分析 一、企业数量及增长分析二、不同规模企业结构分析三、不同所有制企业结构分析 第四节 中国智能音箱所属行业市场价格走势分析 一、智能音箱市场定价机制组成二、智能音箱市场价格影响因素三、2015-2019年智能音箱产品价格走势分析四、2022-2028年智能音箱产品价格走势预测 第四章 中国智能音箱所属行业市场供需形势及进出口分析第一节 中国智能音箱行业市场供需平衡分析 一、中国智能音箱行业市场供给分析 1、中国智能音箱产能分析 2、中国智能音箱产量分析 二、中国智能音箱行业市场需求分析 1、产品需求结构分析 2、地区需求差异分析 三、中国智能音箱行业市场供需平衡分析第二节 中国智能音箱所属行业进出口分析 一、智能音箱所属行业出口市场分析 1、行业出口整体情况 2、行业出口总额分析 3、行业出口产品结构 二、智能音箱所属行业进口市场分析 1、行业进口整体情况 2、行业进口总额分析 3、行业进口产品结构 三、中国智能音箱出口面临的挑战及对策 四、智能音箱行业进出口前景及建议 第三部分 市场全景调研第五章 中国智能音箱行业营销趋势及策略分析第一节 智能音箱行业销售渠道分析 一、营销分析与营销模式推荐 1、渠道构成 2、销售贡献比率 3、覆盖率 4、销售渠道效果 5、价值流程结构 6、渠道建设方向 二、智能音箱营销环境分析与评价 1、国际环境下的智能音箱 2、企事业需求下的智能音箱 3、中国智能音箱市场整体环境 三、销售渠道存在的主要问题 四、营销渠道发展趋势与策略第二节 智能音箱行业营销策略分析 一、中国智能音箱营销概况 二、智能音箱营销策略探讨 1、中国智能音箱产品营销策略浅析 2、智能音箱新产品的市场推广策略 3、智能音箱细分产品营销策略分析

第三节 智能音箱营销的发展趋势一、未来智能音箱市场营销的出路二、中国智能音箱营销的趋势预测

第四节 智能音箱市场营销模式与面临的挑战

第四部分 竞争格局分析

第六章 2022-2028年智能音箱行业竞争形势及策略

第一节 行业总体市场竞争状况分析一、智能音箱行业竞争结构分析1、现有企业间竞争2、潜在进入者分析3、替代品威胁分析4、供应商议价能力5、客户议价能力6、竞争结构特点总结二、智能音箱行业SWOT分析1、智能音箱行业优势分析2、智能音箱行业劣势分析3、智能音箱行业机会分析4、智能音箱行业威胁分析

第二节 智能音箱行业竞争格局分析一、企业竞争格局分析二、市场竞争格局分析三、产品竞争格局分析

第三节 智能音箱行业集中度分析一、市场集中度分析二、企业集中度分析三、区域集中度分析

第七章 2022-2028年智能音箱行业领先企业经营形势分析

第一节 亚马逊卓越有限公司一、企业发展概况二、企业经营情况分析三、企业智能音箱代表产品四、企业销售渠道与网络五、企业产品竞争优势分析

第二节 小米科技有限责任公司一、企业发展概况二、企业经营情况分析三、企业智能音箱代表产品四、企业销售渠道与网络五、企业产品竞争优势分析

第三节 阿里巴巴（中国）有限公司一、企业发展概况二、企业经营情况分析三、企业智能音箱代表产品四、企业销售渠道与网络五、企业产品竞争优势分析

第四节 北京小鱼儿网络科技有限公司一、企业发展概况二、企业经营情况分析三、企业智能音箱代表产品四、企业销售渠道与网络五、企业产品竞争优势分析

第五节 北京灵隆科技有限公司一、企业发展概况二、企业经营情况分析三、企业智能音箱代表产品四、企业销售渠道与网络五、企业产品竞争优势分析

第六节 华为技术有限公司一、企业发展概况二、企业经营情况分析三、企业智能音箱代表产品四、企业销售渠道与网络五、企业产品竞争优势分析

第七节 北京搜诺思科技有限公司一、企业发展概况二、企业经营情况分析三、企业智能音箱代表产品四、企业销售渠道与网络五、企业产品竞争优势分析

第八节 深圳市腾讯计算机系统有限公司一、企业发展概况二、企业经营情况分析三、企业智能音箱代表产品四、企业销售渠道与网络五、企业产品竞争优势分析

第九节 北京猎豹网络科技有限公司一、企业发展概况二、企业经营情况分析三、企业智能音箱代表产品四、企业销售渠道与网络五、企业产品竞争优势分析

第十节 上海证大喜马拉雅网络科技有限公司一、企业发展概况二、企业经营情况分析三、企业智能音箱代表产品四、企业销售渠道与网络五、企业产品竞争优势分析

第五部分 发展前景展望

第八章 2022-2028年智能音箱行业前景及趋势预测

第一节 2022-2028年智能音箱市场发展前景一、2022-2028年智能音箱市场发展潜力二、2022-2028年智能音箱市场发展前景展望三、2022-2028年智能音箱细分行业发展前景分析

第二节 2022-2028年智能音箱市场发展趋势预测一、2022-2028年智能音箱行业发展趋势二、2022-2028年智能音箱行业应用趋势预测三、2022-2028年细分市场发展趋势预测

第三节 2022-2028年中国智能音箱行业供需预测一、2022-2028年中国智能音箱企业数量预测二、2022-2028年中国智能音箱市场规模预测三、2022-2028年中国智能音箱市场产销量预测

四、2022-2028年中国智能音箱市场需求预测五、2022-2028年中国智能音箱行业供需平衡预测

第九章 2022-2028年智能音箱行业投资机会与风险防范第一节 智能音箱行业投资特性分析一、智能音箱行业进入壁垒分析二、智能音箱行业盈利因素分析三、智能音箱行业盈利模式分析第二节 2022-2028年智能音箱行业投资机会一、产业链投资机会二、细分市场投资机会三、重点区域投资机会四、智能音箱行业投资机遇第三节 2022-2028年智能音箱行业投资风险及防范一、政策风险及防范二、技术风险及防范三、供求风险及防范四、宏观经济波动风险及防范五、关联产业风险及防范六、产品结构风险及防范七、其他风险及防范第四节 中国智能音箱行业投资建议一、智能音箱行业未来发展方向二、智能音箱行业主要投资建议三、中国智能音箱企业融资分析1、中国智能音箱企业IPO融资分析2、中国智能音箱企业再融资分析 第六部分 发展战略研究第十章 智能音箱行业发展战略研究第一节 对中国智能音箱品牌的战略思考（一）一、智能音箱品牌的重要性二、智能音箱实施品牌战略的意义三、智能音箱企业品牌的现状分析四、中国智能音箱企业的品牌战略五、智能音箱品牌战略管理的策略第二节 智能音箱经营策略分析一、智能音箱市场细分策略二、智能音箱市场创新策略三、品牌定位与品类规划四、智能音箱新产品差异化战略第三节 智能音箱行业投资战略研究一、2019智能音箱企业投资战略二、2022-2028年智能音箱行业投资战略三、2022-2028年细分行业投资战略第四节智能音箱行业投资建议一、行业发展策略建议二、行业投资方向建议三、行业投资方式建议（一）

图表目录

图表：智能音箱行业生命周期图表：智能音箱行业产业链结构图表

：2015-2019年全球智能音箱行业市场规模图表：2015-2019年中国智能音箱行业市场规模图表

：2015-2019年智能音箱行业重要数据指标比较图表：2015-2019年中国智能音箱市场占全球份额比较图表：2015-2019年智能音箱行业工业总产值图表：2015-2019年智能音箱行业销售收入图表：2015-2019年智能音箱行业利润总额图表：2015-2019年智能音箱行业资产总计图表

：2015-2019年智能音箱行业负债总计图表：2015-2019年智能音箱行业竞争力分析图表

：2015-2019年智能音箱市场价格走势图：2015-2019年智能音箱行业主营业务收入图表

：2015-2019年智能音箱行业产能分析图表：2015-2019年智能音箱行业产量分析图表

：2015-2019年智能音箱行业需求分析图表：2015-2019年智能音箱行业进口数据图表

：2015-2019年智能音箱行业出口数据图表：2015-2019年智能音箱行业集中度更多图表请见正文&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202201/264509.html>