

2024-2030年中国智能音箱 行业发展态势与未来前景预测报告

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

《2024-2030年中国智能音箱行业发展态势与未来前景预测报告》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.cction.com/report/202401/434733.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。

中企顾问网发布的《2024-2030年中国智能音箱行业发展态势与未来前景预测报告》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 智能音箱行业综述

第一节 智能音箱概念

一、智能音箱概念

二、智能音箱功能特色

三、智能音箱与传统音箱的对比

四、智能音箱行业产业链分析

第二节 国际智能音箱行业发展分析

一、国际智能音箱行业发展概况

二、国际智能音箱行业市场规模

三、国际智能音箱行业竞争格局

四、主要地区智能音箱市场分析

1、欧洲智能音箱市场分析

2、美国智能音箱市场分析

3、日本智能音箱市场分析

五、国际智能音箱行业企业分析

1、亚马逊

2、谷歌

3、微软

4、苹果

六、国际智能音箱行业发展前景

第三节 中国智能家居行业发展概况

一、中国智能家居行业发展现状

二、中国智能家居行业市场规模

三、中国智能家居行业竞争格局

四、智能音箱与智能家居的联系

五、智能音箱愈受青睐的根本原因

第二章 中国智能音箱行业发展环境

第一节 行业经济形势分析

一、国内经济形势分析

二、国内经济环境对行业的影响分析

第二节 智能音箱行业发展环境

一、行业政策规划

二、行业相关标准

三、政策环境对行业的影响

第三节 智能音箱行业社会环境

一、智能音箱行业社会环境

二、社会环境对行业的影响

第四节 智能音箱行业关键技术分析

一、无线通信技术

二、智能语音识别技术

1、语音识别系统的基本原理

2、语音识别系统运行流程分析

(1) 预处理

(2) 信息特征采集

(3) 训练与识别

3、语音识别技术概述

4、语音识别技术所存在的主要问题及改进方向

第三章 中国智能音箱所属行业发展分析

第一节 中国智能音箱行业发展状况

一、中国智能音箱行业发展阶段

二、中国智能音箱行业发展现状

当下，智能家居开始走进人们的生活。越来越多的家庭为家里添置智能门锁、扫地机器人、智能电冰箱、智能洗衣机，其中，智能音箱作为切入智能家居的新端口，吸引着众多品牌纷纷入局。

智能音箱被认为是最适合通过语音实现人工智能的产品，语音控制可以很好地提升人们的使用体验。而智能音箱多样化的人机交互形式，能更好满足人们的各种需求，解决更多的实际问题，体现出人工智能的真实价值。

智能音箱的智能化主要体现在两方面，一是技术上具备WiFi连接功能，且可进行语音交互；二是功能上可提供音乐、有声读物等内容服务，信息查询、外卖等互联网服务以及调节冰箱温度、远距离启动热水器等场景化智能家居控制能力。目前，国产智能音箱的售价集中在300元~800元，具备屏幕+摄像头功能的设备，售价大概在1000元~1500元。

2020年一季度，中国智能音箱市场出货量将同比下降25.8%。预测2020年我国智能音箱市场出货量预计为5041万台，出货量同比增速在10%左右，大大低于往年的增速。

三、中国智能音箱行业发展特点

四、中国智能音箱行业市场规模

第二节 中国智能音箱所属行业市场供需分析

一、中国智能音箱行业供给情况

二、中国智能音箱行业需求情况

三、中国智能音箱行业供需平衡

四、中国智能音箱产品价格走势

第三节 中国智能音箱所属行业财务指标

一、行业盈利能力

二、行业偿债能力

三、行业营运能力

四、行业发展能力

第四章 中国智能音箱行业竞争分析

第一节 中国智能音箱行业竞争结构

一、行业现有竞争者

二、行业潜在进入者

三、行业替代品威胁

四、行业供应商议价能力

五、行业购买者议价能力

六、行业竞争情况总结

第二节 中国智能音箱行业SWOT分析

一、智能音箱行业优势分析

二、智能音箱行业劣势分析

三、智能音箱行业机会分析

四、智能音箱行业分析

第三节 中国智能音箱行业竞争分析

一、智能音箱行业竞争格局

二、智能音箱行业集中度

三、智能音箱行业竞争力

四、智能音箱行业兼并重组

第四节 中国智能音箱行业竞争趋势与策略

一、智能音箱行业竞争趋势

二、智能音箱行业竞争策略

第五章 中国智能音箱行业营销分析

第一节 中国智能音箱消费群体分析

一、消费群体

二、需求特点

三、品牌偏好

四、关注重点

五、消费水平

第二节 中国智能音箱行业营销分析

一、营销环境

二、营销渠道

三、营销现状

第三节 中国智能音箱行业营销策略

一、存在问题

二、营销策略

第六章 中国智能音箱行业区域市场分析

第一节 一二线城市智能音箱市场分析

一、一二线城市经济发展分析

二、一二线城市消费能力分析

三、一二线城市智能音箱行业发展概况

四、一二线城市智能音箱行业市场规模

五、一二线城市智能音箱行业市场潜力

第二节 三四线城市智能音箱市场分析

一、三四线城市经济发展分析

二、三四线城市消费能力分析

三、三四线城市智能音箱行业发展概况

四、三四线城市智能音箱行业市场规模

五、三四线城市智能音箱行业市场潜力

第三节 农村市场智能音箱市场分析

一、农村经济发展分析

- 二、农村消费能力分析
- 三、农村智能音箱行业发展概况
- 四、农村智能音箱行业市场规模
- 五、农村智能音箱行业市场潜力

第七章 中国智能音箱行业领先企业经营分析

第一节 阿里巴巴集团控股有限公司

- 一、企业发展简介
- 二、企业产品结构
- 三、企业经营情况
- 四、企业销售渠道
- 五、企业竞争优势
- 六、企业发展动态

第二节 北京百度网讯科技有限公司

- 一、企业发展简介
- 二、企业产品结构
- 三、企业经营情况
- 四、企业销售渠道
- 五、企业竞争优势
- 六、企业发展动态

第三节 小米科技有限责任公司

- 一、企业发展简介
- 二、企业产品结构
- 三、企业经营情况
- 四、企业销售渠道
- 五、企业竞争优势
- 六、企业发展动态

第四节 华为技术有限公司

- 一、企业发展简介
- 二、企业产品结构
- 三、企业经营情况
- 四、企业销售渠道

五、企业竞争优势

六、企业发展动态

第五节 北京灵隆科技有限公司

一、企业发展简介

二、企业产品结构

三、企业经营情况

四、企业销售渠道

五、企业竞争优势

六、企业发展动态

第六节 北京搜诺思科技有限公司

一、企业发展简介

二、企业产品结构

三、企业经营情况

四、企业销售渠道

五、企业竞争优势

六、企业发展动态

第八章 中国智能音箱行业投资分析

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

二、智能音箱行业盈利因素

三、智能音箱行业盈利模式

第二节 智能音箱行业投资情况

一、智能音箱行业投资现状

二、智能音箱行业投资机会

二、智能音箱行业投资风险

第三节 智能音箱行业投资前景

一、智能音箱行业投资前景

二、智能音箱行业投资建议

第九章 中国智能音箱行业前景展望

第一节 智能音箱行业发展的影响因素

一、有利因素

二、不利因素

第二节 智能音箱行业存在的问题与对策

一、行业存在的问题

二、行业发展的对策

第三节 2024-2030年智能音箱行业发展预测

一、2024-2030年智能音箱市场规模预测

二、2024-2030年智能音箱行业供给预测

三、2024-2030年智能音箱行业需求预测

第四节 2024-2030年智能音箱行业发展前景

一、智能音箱行业发展趋势

二、智能音箱行业发展前景

第十章 中国智能音箱行业企业品牌竞争策略（ ）

第一节 中国智能音箱行业品牌的重要性

一、智能音箱行业品牌的重要性

二、智能音箱实施品牌战略的意义

第二节 中国智能音箱行业企业品牌建设对策

一、强化品牌战略意识，树立品牌营销观念

二、强化品牌管理团队，完善品牌管理体系

三、强化品牌保护意识，准确把握品牌定位

四、深入挖掘文化内涵，创建品牌核心价值

五、提高质量管理意识，完善质量管理体系

六、加强品牌形象塑造，推进品牌有效传播

七、强化品牌创新意识，提升企业创新能力

第三节 中国智能音箱行业企业升级图谱

一、产业链升级

二、品控升级

三、产品升级

四、渠道升级

五、形象升级

六、定位升级

七、管理升级

八、社会责任感升级

九、战略升级（ ）

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：智能音箱行业产业价值链

图表：国际智能音箱行业市场规模

图表：国际智能音箱行业竞争格局

图表：欧洲智能音箱行业市场规模

图表：美国智能音箱行业市场规模

图表：日本智能音箱行业市场规模

图表：中国智能音箱行业市场规模

图表：中国智能音箱行业企业数量分析

图表：中国智能音箱行业人员规模分析

图表：中国智能音箱行业资产规模分析

图表：中国智能音箱行业市场规模分析

图表：中国智能音箱行业盈利能力分析

图表：中国智能音箱行业偿债能力分析

图表：中国智能音箱行业营运能力分析

图表：中国智能音箱行业发展能力分析

图表：中国智能音箱行业集中度分析

图表：中国智能音箱行业竞争格局

图表：2024-2030年中国智能音箱行业市场规模预测

更多图表请见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202401/434733.html>