

# 2022-2028年中国智能音箱 产业发展现状与投资战略研究报告

## 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年中国智能音箱产业发展现状与投资战略研究报告》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/202202/268552.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

智能音箱，是一个音箱升级的产物，是家庭消费者用语音进行上网的一个工具，比如点播歌曲、上网购物，或是了解天气预报，它也可以对智能家居设备进行控制，比如打开窗帘、设置冰箱温度、提前让热水器升温等。

2018年我国智能音箱市场销量为2250万台，智能音箱渗透率仅为4.8%，远低于美国16%的智能音箱渗透率，预计2019年我国智能音箱增量市场还有很大空间，销量可达5990万台。2018年中国智能音箱前三甲市场份额达到83.6%。预计2019年天猫精灵、小米AI音箱和小度智能音箱三家占据中国智能音箱市场近9成的市场份额。其中，天猫精灵领先占据4成份额，小米和小度音箱各占据25%的市场份额。截止2019年618结束，天猫精灵和小米音箱销量已经破千万。天猫精灵销量领跑，仅2019年618期间，天猫精灵销量达253万台，到2019年618结束，天猫精灵累计销量超过1500万台，小米小爱同学销量超过1100万台。2018年中国智能音箱市场份额数据来源：公开资料整理2019F中国智能音箱市场份额数据来源：公开资料整理

中企顾问网发布的《2022-2028年中国智能音箱产业发展现状与投资战略研究报告》共十五章。首先介绍了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：

第一部分产业分析篇

第一章智能音箱行业发展综述

1.1智能音箱行业定义及分类

1.1.1行业定义

1.1.2主要产品/服务分类

1.1.3行业特性及在国民经济中的地位

1.2智能音箱行业统计标准

1.2.1统计部门和统计口径

### 1.2.2主要统计方法介绍

### 1.2.3行业涵盖数据种类介绍

## 1.3最近3-5年中国智能音箱行业经济指标分析

### 1.3.1赢利性

### 1.3.2成长速度

### 1.3.3附加值的提升空间

### 1.3.4进入壁垒 / 退出机制

### 1.3.5风险性

### 1.3.6行业周期

### 1.3.7竞争激烈程度指标

### 1.3.8行业及其主要子行业成熟度分析

## 第二章我国智能音箱所属行业运行分析

### 2.1我国智能音箱行业发展状况分析

#### 2.1.1我国智能音箱行业发展阶段

#### 2.1.2我国智能音箱行业发展总体概况

#### 2.1.3我国智能音箱行业发展特点分析

#### 2.1.4我国智能音箱行业商业模式分析

### 2.22015-2019年智能音箱行业发展现状

2019年智能音箱的零售市场销量预计为5990万台，其中TOB市场主要是运营商采购，另外还有些其他厂商内部采购，e.g.零售门店改造升级、酒店、公司前台、医疗疗养机构和咖啡馆，公司送礼等。2015-2021F中国智能音箱市场预测情况数据来源：公开资料整理

#### 2.2.12015-2019年我国智能音箱行业市场规模

#### 2.2.22015-2019年我国智能音箱行业发展分析

#### 2.2.32015-2019年中国智能音箱企业发展分析

### 2.3区域市场分析

#### 2.3.1区域市场分布总体情况

#### 2.3.22015-2019年重点省市市场分析

### 2.4智能音箱细分产品市场分析

#### 2.4.1细分产品/服务特色

#### 2.4.22015-2019年细分产品/服务市场规模及增速

#### 2.4.3重点细分产品/服务市场前景预测

## 2.5智能音箱产品价格分析

### 2.5.12015-2019年智能音箱价格走势

### 2.5.2影响智能音箱产品价格的关键因素分析

#### (1) 成本

#### (2) 供需情况

#### (3) 关联产品

#### (4) 其他

### 2.5.32022-2028年智能音箱产品价格变化趋势

### 2.5.4主要智能音箱企业价位及价格策略

## 第三章我国智能音箱所属行业整体运行指标分析

### 3.1中国智能音箱所属行业总体规模分析

#### 3.1.1企业数量结构分析

#### 3.1.2人员规模状况分析

#### 3.1.3所属行业资产规模分析

#### 3.1.4行业市场规模分析

### 3.2中国智能音箱所属行业产销情况分析

#### 3.2.1我国智能音箱所属行业产值

#### 3.2.2我国智能音箱所属行业收入

#### 3.2.3我国智能音箱所属行业产销率

### 3.3中国智能音箱所属行业财务指标总体分析

#### 3.3.1所属行业盈利能力分析

#### 3.3.2所属行业偿债能力分析

#### 3.3.3行业营运能力分析

#### 3.3.4行业发展能力分析

## 第四章我国智能音箱行业供需形势分析

### 4.1智能音箱行业供给分析

#### 4.1.12015-2019年智能音箱行业供给规模及增速

#### 4.1.22022-2028年智能音箱行业供给能力变化趋势

#### 4.1.3智能音箱行业区域供给分析

##### (1) 区域供给分布总体情况

## （2）2015-2019年重点省市供给分析

### 4.22015-2019年我国智能音箱行业需求情况

#### 4.2.1智能音箱行业需求市场

#### 4.2.2智能音箱行业客户结构

#### 4.2.3智能音箱行业需求的地区差异

### 4.3智能音箱产品/服务市场应用及需求预测

#### 4.3.1智能音箱产品/服务应用市场总体需求分析

##### （1）智能音箱产品/服务应用市场需求特征

##### （2）智能音箱产品/服务应用市场需求总规模

#### 4.3.22022-2028年智能音箱行业领域需求量预测

##### （1）2022-2028年智能音箱行业领域需求产品/服务功能预测

##### （2）2022-2028年智能音箱行业领域需求产品/服务市场格局预测

#### 4.3.32022-2028年重点行业智能音箱产品/服务需求分析预测

## 第五章我国智能音箱所属行业进出口结构分析

### 5.1智能音箱所属行业进出口市场分析

#### 5.1.1智能音箱所属行业进出口综述

##### （1）中国智能音箱所属行业进出口的特点分析

##### （2）中国智能音箱所属行业进出口地区分布状况

##### （3）中国智能音箱所属行业进出口的贸易方式及经营企业分析

##### （4）中国智能音箱所属行业进出口政策与国际化经营

#### 5.1.2智能音箱所属行业出口市场分析

##### （1）2015-2019年行业出口整体情况

##### （2）2015-2019年行业出口总额分析

##### （3）2015-2019年行业出口结构分析

#### 5.1.3智能音箱所属行业进口市场分析

##### （1）2015-2019年行业进口整体情况

##### （2）2015-2019年行业进口总额分析

##### （3）2015-2019年行业进口结构分析

### 5.2中国智能音箱所属行业进出口面临的挑战及对策

#### 5.2.1智能音箱所属行业进出口面临的挑战及对策

#### 5.2.2智能音箱所属行业进出口前景及建议

(1) 行业出口前景及建议

(2) 行业进口前景及建议

## 第二部分产业结构篇

### 第六章智能音箱行业产业结构分析

#### 6.1智能音箱产业结构分析

##### 6.1.1市场细分充分程度分析

##### 6.1.2各细分市场领先企业排名

##### 6.1.3各细分市场占总市场的结构比例

##### 6.1.4领先企业的结构分析

#### 6.2产业价值链的结构分析及整体竞争优势分析

##### 6.2.1产业价值链的构成

##### 6.2.2产业链条的竞争优势与劣势分析

#### 6.3产业结构发展预测

##### 6.3.1产业结构调整指导政策分析

##### 6.3.2产业结构调整中消费者需求的引导因素

##### 6.3.3中国智能音箱行业参与国际竞争的战略市场定位

##### 6.3.4产业结构调整方向分析

### 第七章我国智能音箱行业产业链分析

#### 7.1智能音箱行业产业链分析

##### 7.1.1产业链结构分析

##### 7.1.2主要环节的增值空间

##### 7.1.3与上下游行业之间的关联性

#### 7.2智能音箱上游行业分析

##### 7.2.1智能音箱产品成本构成

##### 7.2.22019年上游行业发展现状

##### 7.2.32022-2028年上游行业发展趋势

##### 7.2.4上游供给对智能音箱行业的影响

#### 7.3智能音箱下游行业分析

##### 7.3.1智能音箱下游行业分布

##### 7.3.22019年下游行业发展现状

### 7.3.3 2022-2028年下游行业发展趋势

### 7.3.4 下游需求对智能音箱行业的影响

## 第八章我国智能音箱行业渠道分析及策略

### 8.1 智能音箱行业渠道分析

#### 8.1.1 渠道形式及对比

#### 8.1.2 各类渠道对智能音箱行业的影响

#### 8.1.3 主要智能音箱企业渠道策略研究

#### 8.1.4 各区域主要代理商情况

### 8.2 智能音箱行业用户分析

#### 8.2.1 用户认知程度分析

#### 8.2.2 用户需求特点分析

#### 8.2.3 用户购买途径分析

### 8.3 智能音箱行业营销策略分析

#### 8.3.1 中国智能音箱营销概况

#### 8.3.2 智能音箱营销策略探讨

#### 8.3.3 智能音箱营销发展趋势

## 第三部分 竞争策略篇

## 第九章我国智能音箱行业竞争形势及策略

### 9.1 行业总体市场竞争状况分析

#### 9.1.1 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

#### 9.1.2 智能音箱行业企业间竞争格局分析

#### 9.1.3 智能音箱行业集中度分析

#### 9.1.4 智能音箱行业SWOT分析

### 9.2 中国智能音箱行业竞争格局综述



### 9.2.1智能音箱行业竞争概况

- (1) 中国智能音箱行业竞争格局
- (2) 智能音箱行业未来竞争格局和特点
- (3) 智能音箱市场进入及竞争对手分析

### 9.2.2中国智能音箱行业竞争力分析

- (1) 我国智能音箱行业竞争力剖析
- (2) 我国智能音箱企业市场竞争的优势
- (3) 国内智能音箱企业竞争能力提升途径

### 9.2.3智能音箱市场竞争策略分析

## 第十章智能音箱行业领先企业经营形势分析

### 10.1科大讯飞股份有限公司

- 10.1.1企业发展基本情况
- 10.1.2企业经营情况分析
- 10.1.3企业发展战略分析

### 10.2北京京东世纪贸易有限公司

- 10.2.1企业发展基本情况
- 10.2.2企业经营情况分析
- 10.2.3企业发展战略分析

### 10.3阿里巴巴网络技术有限公司

- 10.3.1企业发展基本情况
- 10.3.2企业经营情况分析
- 10.3.3企业发展战略分析

### 10.4北京百度在线网络技术有限公司

- 10.4.1企业发展基本情况
- 10.4.2企业经营情况分析
- 10.4.3企业发展战略分析

### 10.5北京小米科技有限责任公司

- 10.5.1企业发展基本情况
- 10.5.2企业经营情况分析
- 10.5.3企业发展战略分析

### 10.6深圳市腾讯计算机系统有限公司

- 10.6.1企业发展基本情况
- 10.6.2企业经营情况分析
- 10.6.3企业发展战略分析

#### 第四部分投资价值篇

##### 第十一章2022-2028年智能音箱行业投资前景

- 11.1智能音箱行业五年规划现状及未来预测
  - 11.1.1“十二五”期间智能音箱行业运行情况
  - 11.1.2“十二五”规划对行业发展的影响
  - 11.1.3智能音箱行业“十三五”发展方向预测
- 11.22022-2028年智能音箱市场发展前景
  - 11.2.12022-2028年智能音箱市场发展潜力
  - 11.2.22022-2028年智能音箱市场前景展望
  - 11.2.32022-2028年智能音箱细分行业发展前景分析
- 11.32022-2028年智能音箱市场发展趋势预测
  - 11.3.12022-2028年智能音箱行业发展趋势
  - 11.3.22022-2028年智能音箱市场规模预测
    - (1) 智能音箱行业市场容量预测
    - (2) 智能音箱行业销售收入预测
  - 11.3.32022-2028年智能音箱行业应用趋势预测
- 11.42022-2028年中国智能音箱行业供需预测
  - 11.4.12022-2028年中国智能音箱行业供给预测
  - 11.4.22022-2028年中国智能音箱行业需求预测
  - 11.4.32022-2028年中国智能音箱行业供需平衡预测
- 11.5影响企业生产与经营的关键趋势
  - 11.5.1市场整合成长趋势
  - 11.5.2需求变化趋势及新的商业机遇预测
  - 11.5.3企业区域市场拓展的趋势
  - 11.5.4科研开发趋势及替代技术进展
  - 11.5.5影响企业销售与服务方式的关键趋势

##### 第十二章2022-2028年智能音箱行业投资环境分析

## 12.1智能音箱行业政治法律环境（P）

### 12.1.1行业管理体制分析

### 12.1.2行业主要法律法规

### 12.1.3行业相关发展规划

### 12.1.4政策环境对行业的影响

## 12.2行业经济环境分析（E）

### 12.2.1宏观经济形势分析

### 12.2.2宏观经济环境对行业的影响分析

## 12.3行业社会环境分析（S）

### 12.3.1智能音箱产业社会环境

### 12.3.2社会环境对行业的影响

### 12.3.3智能音箱产业发展对社会发展的影响

## 12.4行业技术环境分析（T）

### 12.4.1智能音箱技术分析

#### （1）技术水平总体发展情况

#### （2）我国智能音箱行业新技术研究

### 12.4.2智能音箱技术发展水平

#### （1）我国智能音箱行业技术水平所处阶段

#### （2）与国外智能音箱行业的技术差距

### 12.4.32019年智能音箱技术发展分析

### 12.4.4行业主要技术发展趋势

### 12.4.5技术环境对行业的影响

## 第十三章2022-2028年智能音箱行业投资机会与风险

### 13.1智能音箱行业投融资情况

#### 13.1.1行业资金渠道分析

#### 13.1.2固定资产投资分析

#### 13.1.3兼并重组情况分析

#### 13.1.4智能音箱行业投资现状分析

##### （1）智能音箱产业投资经历的阶段

##### （2）2019年智能音箱行业投资状况回顾

##### （3）中国智能音箱行业风险投资状况

#### (4) 我国智能音箱行业的投资态势

##### 13.2 2022-2028年智能音箱行业投资机会

###### 13.2.1 产业链投资机会

###### 13.2.2 细分市场投资机会

###### 13.2.3 重点区域投资机会

###### 13.2.4 智能音箱行业投资机遇

##### 13.3 2022-2028年智能音箱行业投资风险及防范

###### 13.3.1 政策风险及防范

###### 13.3.2 技术风险及防范

###### 13.3.3 供求风险及防范

###### 13.3.4 宏观经济波动风险及防范

###### 13.3.5 关联产业风险及防范

###### 13.3.6 产品结构风险及防范

###### 13.3.7 其他风险及防范

##### 13.4 中国智能音箱行业投资建议

###### 13.4.1 智能音箱行业未来发展方向

###### 13.4.2 中国智能音箱企业融资分析

#### 第十四章 智能音箱行业发展战略研究

##### 14.1 智能音箱行业发展战略研究

###### 14.1.1 战略综合规划

###### 14.1.2 技术开发战略

###### 14.1.3 业务组合战略

###### 14.1.4 区域战略规划

###### 14.1.5 产业战略规划

###### 14.1.6 营销品牌战略

###### 14.1.7 竞争战略规划

##### 14.2 对我国智能音箱品牌的战略思考

###### 14.2.1 智能音箱品牌的重要性

###### 14.2.2 智能音箱实施品牌战略的意义

###### 14.2.3 智能音箱企业品牌的现状分析

###### 14.2.4 我国智能音箱企业的品牌战略

14.2.5智能音箱品牌战略管理的策略

14.3智能音箱经营策略分析

14.3.1智能音箱市场细分策略

14.3.2智能音箱市场创新策略

14.3.3品牌定位与品类规划

14.3.4智能音箱新产品差异化战略

14.4智能音箱行业投资战略研究

第十五章研究结论及发展建议（ ）

15.1智能音箱行业研究结论及建议

15.2智能音箱子行业研究结论及建议

15.3智能音箱行业发展建议

15.3.1行业发展策略建议

15.3.2行业投资方向建议（ ）

15.3.3行业投资方式建议

部分图表目录：

图表1：智能音箱行业生命周期

图表2：智能音箱行业产业链结构

图表3：2015-2019年全球智能音箱行业市场规模

图表4：2015-2019年中国智能音箱行业市场规模

图表5：2015-2019年智能音箱行业重要数据比较

图表6：2015-2019年中国智能音箱市场占全球份额比较

图表7：2015-2019年智能音箱行业工业总产值

图表8：2015-2019年智能音箱行业销售收入

图表9：2015-2019年智能音箱行业利润总额

图表10：2015-2019年智能音箱行业资产总计

图表11：2015-2019年智能音箱行业负债总计

图表12：2015-2019年智能音箱行业竞争力分析

图表13：2015-2019年智能音箱市场价格走势

图表14：2015-2019年智能音箱行业主营业务收入

图表15：2015-2019年智能音箱行业主营业务成本

图表16：2015-2019年智能音箱行业销售费用分析

图表17：2015-2019年智能音箱所属行业管理费用分析

图表18：2015-2019年智能音箱所属行业财务费用分析

图表19：2015-2019年智能音箱行业销售毛利率分析

图表20：2015-2019年智能音箱行业销售利润率分析

图表21：2015-2019年智能音箱行业成本费用利润率分析

图表22：2015-2019年智能音箱行业总资产利润率分析

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202202/268552.html>