

2019年中国智能音箱行业分析报告- 市场深度调研与发展趋势研究

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2019年中国智能音箱行业分析报告-市场深度调研与发展趋势研究》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/dianzidianqi/431131431131.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

智慧家居将把家庭的安全、娱乐、饮食、健康等结合起来的一个有机整体，需要有一种便捷、舒适的人机交互方式。机器语言识别已达人类级别，技术进步推动语音助手使用率上升。互联网巨头纷纷布局语音交互硬件产品，音响类产品成主流方案。国外来看，亚马逊最早于2014年推出ECHO，谷歌、苹果、微软、索尼等业余2017年发布自家音箱；国内来看，京东最早于15年推出京东叮咚，小米、阿里巴巴、联想、喜马拉雅等于17年跟进，百度、华为于18年推出智能音箱。据调查数据显示，2018年Q4全球出货总量达到3850万台，同比增长95%，目前呈现行业高速增长，但是随着大厂的集中度提升，预计今年逐步成为稳定成长业务。

2018年全年智能音箱的出货量高达8620万台，是2017全年的3倍。全球智能音箱市场呈现出爆发式增长态势。亚马逊和谷歌依然遥遥领先，中国品牌正在奋力追赶。在2018年的爆发式增长之后，有机构预测2019年的增速或仅为2018年的一般。此外，中国智能音箱普及率远低于欧美国家，中国市场仍存在较大增长空间。2019年中国智能音箱用户或超过美国，达到8550万人。

据调查数据显示，2018年第四季度，全球智能音箱出货总量达到3850万台，环比大涨95%，同时超过了2017年全年出货总量。而2018年全年智能音箱的出货量高达8620万台，是2017全年的3倍。全球智能音箱市场呈现出爆发式增长态势。

2015-2018年全球智能音箱出货总量情况

数据来源：商务委

2019年智能音箱进入下半场，消费者更加注重智能语音交互体验，不再仅仅是价格。据调查数据显示，2019年智能音箱销量持续增长但增速较之2018年将有所放缓，或仅为2018年的一半。

2018年，中国智能音箱市场零售量为1625万台，同比增长823%，零售额为36.5亿元，同比增长645%。其认为智能音箱保持高增长的原因在于巨头持续的高额补贴，价格战带来的低价强烈地刺激了消费者的购买欲。2019年，中国智能音箱市场将保持增长态势，智能音箱市场销量将达2650万台，同比增长63%。

2017-2019年中国智能音箱销售量情况

数据来源：商务委

在中国智能音箱竞争格局逐渐明朗之时，厂商开始探索其他产品形态，带屏音箱成为新的竞争热点。2018年3月联合小鱼在家发布了全第一个带屏智能音箱。作为最早加入有屏智能音箱战场的厂商，百度有屏智能音箱已经在市场上占有一定地位。（JPTC）

2019年不同智能音箱销量

数据来源：商务委

【报告大纲】

第一章 智能音箱行业概述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

第二章 2016-2019年智能家居行业发展综述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 2016-2019年全球智能家居行业发展分析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 2016-2019年中国智能家居行业运行状况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 2016-2019年中国智能音箱行业发展环境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 2016-2019年中国智能音箱市场发展分析4.1 2016-2019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4.1.4 消费群体特征4.2 2016-2019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 2016-2019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 2016-2019年中国智能音箱芯片市场发展状况5.1 2016-2019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 2016-2019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 2016-2019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Google6.4.

2 亚马逊Amazon6.4.3 科达讯飞6.4.4 苹果Apple6.4.5 微软Microsoft6.4.6 Nuance6.4.7 百度6.4.8 腾讯6.4.9 阿里

第七章 2016-2019年智能音箱相关行业——音乐行业发展分析7.1 2016-2019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 2016-2019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 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 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 2019-2025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

图表详见报告正文..... (GY YX)

【简介】 中国报告网是观研天下集团旗下打造的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2019年中国智能音箱行业分析报告-市场深度调研与发展趋势研究》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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家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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/dianzidianqi/431131431131.html>