

# 2018年中国智能音箱行业分析报告- 市场深度分析与发展前景研究

报告大纲

观研报告网

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

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2018年中国智能音箱行业分析报告-市场深度分析与发展前景研究》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/yinxiang/352419352419.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

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

智能音箱被业界公认为控制智能家居入口级别的产品。智能音箱的主要卖点在语音的人机交互与音箱播放的内容服务上。用户通过智能音箱语音互动，让智能音箱执行用户的要求。

现在，智能音箱的普及程度越来越高，智能音箱也越来越商品化，而且成了一种全球性的现象。早期进入智能音箱市场的亚马逊正在失去它的市场份额——不仅仅是因为它的竞争对手谷歌，还有中国新兴的智能音箱玩家的出现。

不论是亚马逊的Echo音箱还是Google Home智能音箱都没有渗透进入中国市场。

除了美国科技公司在中国面临的严格监管之外，中国的自然语言处理也很复杂（有130种方言和30种书面语言），这使得语音识别成为了一个巨大的挑战。

在美国的大型科技公司中，只有苹果的智能助手Siri支持普通话。该公司的Homepod智能音箱目前只支持英语，还没有在中国进行发售。

这让中国市场得不到美国企业的充分服务，而本土企业正在利用这一点。

智能语音是中国政府在全国首批人工智能应用领域的四大主要关注焦点之一，另外三个领域是医疗保健、智能城市和自动驾驶汽车。

早在2015年，京东牵手科大讯飞，双方合资成立北京灵隆科技有限公司，叮咚智能音箱是其公司推出的第一款产品，率先抢占国内智能音箱市场。从2015年5月的A1开始，至今已经发售了一系列新品。包含语音交互，家居控制，内容与第三方服务。

自此之后，阿里、小米、百度、腾讯、喜马拉雅FM等均布局了各自的智能音箱产品。

从我国智能音箱的参与主体来看，BATJ连同小米一起占据了我国智能音箱市场的主动权，除了互联网科技公司外，传统的音箱厂商（如索尼、飞利浦等）、内容服务商（酷狗音乐、喜马拉雅FM等）和技术服务商（出门问问、ROKID）也参与了音箱市场的争夺。

我国智能音箱参与主体分布（%）资料来源：观研天下数据中心整理

随着2018年下半年双十一、双十二等电商购物季的到来，中国智能音箱也将再度迎来

销量增长的爆发期。中国智能音箱市场规模将再度突破。（YM）

观研天下发布的《2018年中国智能音箱行业分析报告-市场深度分析与发展前景研究》内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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。

## 第一章 智能音箱行业发展综述

### 第一节 智能音箱行业定义

### 第二节 智能音箱行业基本特点

### 第三节 智能音箱行业分类

### 第四节 智能音箱行业统计标准

#### 一、统计部门和统计口径

#### 二、行业主要统计方法介绍

#### 三、行业涵盖数据种类介绍

### 第五节 智能音箱行业经济指标分析

#### 一、赢利性

#### 二、成长速度

#### 三、附加值的提升空间

## 第二章 全球智能音箱行业运行形势分析

### 第一节 全球智能音箱行业发展历程

### 第二节 全球智能音箱行业市场发展情况

#### 一、全球智能音箱行业供给情况分析

#### 二、全球智能音箱行业需求情况分析

### 第三节 全球智能音箱行业主要国家及区域发展情况分析

#### 一、欧洲

#### 二、美国

#### 三、日本

### 第四节 全球智能音箱行业市场发展趋势预测分析

## 第三章 2013-2018年中国智能音箱行业发展环境分析

### 第一节 2013-2018年中国经济环境分析

#### 一、宏观经济环境

#### 二、国际贸易环境

### 第二节 2013-2018年智能音箱行业发展政策环境分析

#### 一、行业政策影响分析

#### 二、相关行业标准分析

#### 三、行业发展规划

### 第三节 技术环境分析

#### 一、主要生产技术分析

#### 二、技术发展趋势分析

### 第四节 2013-2018年智能音箱行业发展社会环境分析

## 第四章 中国智能音箱行业市场总体运行情况分析

### 第一节 2013-2018年中国智能音箱市场规模分析

### 第二节 中国智能音箱行业规模情况分析

#### 一、行业单位规模情况分析

#### 二、行业人员规模状况分析

#### 三、行业资产规模状况分析

#### 四、行业市场规模状况分析

### 第三节 2017年中国智能音箱区域市场规模分析

#### 一、2017年东北地区市场规模分析

#### 二、2017年华北地区市场规模分析

三、2017年华东地区市场规模分析

四、2017年华中地区市场规模分析

五、2017年华南地区市场规模分析

六、2017年西部地区市场规模分析

第四节 2018-2024年中国智能音箱市场规模预测

第五章 2013-2018年中国智能音箱行业供需情况分析

第一节 2013-2018年中国智能音箱产量分析

一、2013-2018年中国智能音箱产业总体产能规模统计分析

二、2013-2018年中国智能音箱产业产量统计分析

三、2017年智能音箱行业生产区域分布

第二节 2013-2018年中国中国智能音箱市场需求分析

第三节 行业供需平衡状况分析

一、2013-2018年中国智能音箱行业供需平衡分析

二、影响行业供需平衡的因素分析

三、智能音箱行业供需平衡走势预测

第六章 智能音箱行业产品价格分析

第一节 2013-2018年中国智能音箱行业产品价格回顾

第二节 中国智能音箱产品当前市场价格统计分析

第三节 中国智能音箱产品价格影响因素分析

第四节 2018-2024年中国智能音箱产品价格预测

第七章 智能音箱行业替代品及互补产品分析

第一节 智能音箱行业替代品分析

一、替代品种类

二、主要替代品对智能音箱行业的影响

三、替代品发展趋势分析

第二节 智能音箱行业互补产品分析

一、行业互补产品种类

二、主要互补产品对智能音箱行业的影响

三、互补产品发展趋势分析

第八章 智能音箱行业竞争格局及竞争策略分析

第一节 智能音箱行业竞争格局分析

- 一、现有企业间竞争
  - 二、重点智能音箱企业市场份额
  - 三、行业集中度分析
  - 四、行业竞争格局
  - 五、竞争群组
  - 六、智能音箱行业竞争关键因素分析
    - 1、价格
    - 2、渠道
    - 3、产品/服务质量
    - 4、品牌
- 第二节 智能音箱行业市场竞争策略分析
- 一、行业国际竞争力比较
    - 1、生产要素
    - 2、需求条件
    - 3、相关和支持性产业
    - 4、企业战略、结构与竞争状态
  - 二、智能音箱企业竞争策略分析
    - 1、提高智能音箱企业核心竞争力的对策
    - 2、影响智能音箱企业核心竞争力的因素及提升途径
    - 3、提高智能音箱企业竞争力的策略
- 第三节 国际竞争力比较
- 第四节 市场集中度分析

## 第九章 智能音箱主要上下游产品分析

- 第一节 智能音箱上下游分析
  - 一、与行业上下游之间的关联性
  - 二、上游原材料供应形势分析
  - 三、下游产品解析
- 第二节 智能音箱行业产业链分析
  - 一、行业上游影响及风险分析
  - 二、行业下游风险分析及提示
  - 三、关联行业风险分析及提示

## 第十章 智能音箱行业渠道与行业品牌分析

- 第一节 智能音箱行业渠道分析

## 一、渠道格局

### 1、线上渠道

### 2、线下渠道

## 二、渠道形式

### 1、线上渠道

### 2、线下渠道

## 三、渠道要素对比

## 四、各区域主要代理商情况

## 第二节 智能音箱行业品牌分析

### 一、品牌数量分析

### 二、品牌推广方式分析

### 三、品牌美誉度分析

### 四、品牌的选择情况

## 第十一章 智能音箱行业进出口分析

### 第一节 出口分析

#### 一、2013-2018年智能音箱出口总况分析

#### 二、2013-2018年智能音箱出口量及增长情况

#### 三、2013-2018年智能音箱细分行业出口情况

#### 四、出口流向结构

#### 五、出口产品

#### 六、主要出口企业

#### 七、出口价格特征分析

### 第二节 进口分析

#### 一、2013-2018年智能音箱进口总况分析

#### 二、2013-2018年智能音箱进口量及增长情况

#### 三、2013-2018年智能音箱细分行业进口情况

#### 四、国家进口结构

#### 五、进口产品结构

## 第十二章 智能音箱行业重点企业竞争分析（根据产品的市场集中度情况，分析5-10家企业。客户可指定企业）

### 第一节 A公司

#### 一、企业基本概况

#### 二、企业产品结构分析

- 三、智能音箱产品特点及市场表现
- 四、2013-2018年企业经营与财务状况分析
- 五、企业销售渠道及网络
- 六、企业竞争优势分析
- 七、企业未来发展战略与规划
- 第二节 B公司
  - 一、企业基本概况
  - 二、企业产品结构分析
  - 三、智能音箱产品特点及市场表现
  - 四、2013-2018年企业经营与财务状况分析
  - 五、企业销售渠道及网络
  - 六、企业竞争优势分析
  - 七、企业未来发展战略与规划
- 第三节 C公司
  - 一、企业基本概况
  - 二、企业产品结构分析
  - 三、智能音箱产品特点及市场表现
  - 四、2013-2018年企业经营与财务状况分析
  - 五、企业销售渠道及网络
  - 六、企业竞争优势分析
  - 七、企业未来发展战略与规划
- 第四节 D公司
  - 一、企业基本概况
  - 二、企业产品结构分析
  - 三、智能音箱产品特点及市场表现
  - 四、2013-2018年企业经营与财务状况分析
  - 五、企业销售渠道及网络
  - 六、企业竞争优势分析
  - 七、企业未来发展战略与规划
- 第五节 E公司
  - 一、企业基本概况
  - 二、企业产品结构分析
  - 三、智能音箱产品特点及市场表现
  - 四、2013-2018年企业经营与财务状况分析
  - 五、企业销售渠道及网络

六、企业竞争优势分析

七、企业未来发展战略与规划

……

## 第十三章 2018-2024年智能音箱行业前景及趋势预测

### 第一节 2018-2024年智能音箱市场发展前景

一、智能音箱市场发展潜力

二、智能音箱市场发展前景展望

三、智能音箱细分行业发展前景分析

### 第二节 2018-2024年智能音箱市场发展趋势预测

一、智能音箱行业发展趋势分析

1、技术发展趋势分析

2、产品发展趋势分析

二、智能音箱行业市场规模预测

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

三、智能音箱行业细分市场发展趋势预测

### 第三节 2018-2024年中国智能音箱行业供需预测

一、中国智能音箱行业供给预测

二、中国智能音箱行业需求预测

三、中国智能音箱行业供需平衡预测

## 第十四章 2018-2024年智能音箱行业投资机会与风险防范

### 第一节 中国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、智能音箱行业盈利模式分析

三、智能音箱行业盈利因素分析

### 第二节 中国智能音箱行业投资风险分析

一、智能音箱行业供求风险

二、智能音箱行业宏观经济波动风险

三、智能音箱行业关联产业风险

四、智能音箱行业产品结构风险

五、智能音箱行业技术风险

六、行业其他风险

### 第三节 智能音箱行业投资机会分析

- 一、产业链投资机会
- 二、细分产品投资机会
- 三、重点区域投资机会
- 四、智能音箱行业投资机遇
- 五、“一带一路”战略智能音箱行业发展机会分析
- 六、“互联网+”智能音箱行业发展机会分析

## 第十五章 智能音箱行业发展战略研究

### 第一节 智能音箱行业发展战略研究

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

### 第二节 对中国智能音箱品牌的战略思考

- 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

### 第三节 智能音箱行业经营策略分析

- 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

### 第四节 智能音箱行业投资战略研究

- 一、2017年智能音箱行业投资战略
- 二、2018-2024年智能音箱行业投资战略
- 三、2018-2024年细分行业投资战略

## 第十六章 研究结论及发展建议

### 第一节 智能音箱行业研究结论及建议

### 第二节 智能音箱子行业研究结论及建议

### 第三节 智能音箱行业发展建议

- 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

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/yinxiang/352419352419.html>