

中国智能音箱行业现状深度研究与投资前景预测报告（2022-2029年）

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《中国智能音箱行业现状深度研究与投资前景预测报告（2022-2029年）》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://www.chinabaogao.com/baogao/202206/602500.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

一、智能音箱行业现状

智能音箱是传统有源音箱智能化升级的产物，是指具备智能语音交互系统、可接入内容服务以及互联网服务，同时可关联更多设备、实现对场景化智能家居控制的智能终端产品。智能音箱集成了人工智能处理能力，可以点播歌曲、上网购物、了解天气预报，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，深受家庭消费者欢迎。近几年智能音箱已经成为智能家居主流产品，基本维持在30%左右的份额。

数据来源：观研天下数据中心整理

数据显示，2019年我国智能音箱出货量达0.46亿台，较上年同比增长109.1%；2020年受疫情影响以及厂商价格补贴力度的减小，我国智能音箱出货量有所下降，为0.37亿台，增速为-19.6%；2021年随着疫情向好以及市场受到智能家居设备使用增加的推动，国内智能音箱出货量回升，约为0.42亿台，增速为13.5%。

数据来源：观研天下数据中心整理

二、智能音箱行业竞争

2011年美国亚马逊开始了智能音箱的研发，并于2014年发布了Echo智能音箱，由此智能音箱行业起步发展。随后谷歌、苹果等相继发布智能音箱产品，行业进入爆发式增长阶段。2015年京东联合科大讯飞推出的叮咚智能音箱则是国内智能音箱行业的先行者，此后随着行业向好，参与者不断增多，主要分为互联网巨头、技术公司、传统音箱厂商、内容资源商、创业公司五大类。

智能音箱行业参与者分类

类别

代表企业

特征

互联网巨头

京东

有庞大的业务布局，定位于建立以语音为入口的智能生态，为既有的内容和服务寻找新的入口。

百度

腾讯

阿里巴巴

技术公司

科大讯飞

在语音技术方面有累积，具有技术优势。

出门问问

传统音箱厂商

漫步者

在传统印象硬件研发和销售渠道上有累积，倾向于与技术及内容厂商合作。

JBL

DOSS

内容资源商

喜马拉雅

在内容上有累积，内容厂家拥有独特的IP及内容资源，一般联合技术厂商共同打造音箱载体

。

酷狗

创业公司

Rokid

多带有互联网基因，从场景和用户出发，期望打造爆品。

斐讯

资料来源：观研天下整理

从市场集中度来看，我国智能音箱行业集中度高，且呈现不断加强趋势。数据显示，2019-2020年我国智能音箱市场CR3由92.7%上升至95.6%。从竞争格局看，智能音箱市场呈现阿里巴巴、百度、小米三足鼎立市场格局，2020年市场份额分别为34.96%、33.4%、27.2%

。

数据来源：观研天下数据中心整理

数据来源：观研天下数据中心整理

从细分市场看，智能音箱分为屏幕音箱和无屏音箱，近年来随着智能音箱技术水平提升，产品智能程度提高，屏幕音箱占比逐渐提升，2021年H1达24.7%，较2018年H1增长23.7个百分点。

数据来源：观研天下数据中心整理

带屏幕音箱市场中，百度凭借优越的人工智能语音技术，出货量占比最大，2020年为63.4%；其次是阿里巴巴和小米，带屏幕音箱出货量占比18.9%、17.3%。

数据来源：观研天下数据中心整理

三、智能音箱行业发展前景

2017-2020年，国内智能音箱市场零售额由4.9亿元增长至74亿元，2021年H1我国智能音箱行业市场规模达46.5亿元，较上年同期增长30.6%，我国智能音箱进入迅猛增长阶段。但从渗透率来看，2020我国智能音箱渗透率（14%）排名全球第五，销售规模仍有较大的提升空间。未来，随着智能音箱厂商向下沉市场拓展，预计2023年我国智能音箱销售额达到174.2亿元。

数据来源：观研天下数据中心整理

数据来源：观研天下数据中心整理（zlj）

观研报告网发布的《中国智能音箱行业现状深度研究与投资前景预测报告（2022-2029年）》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，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。

行业报告是业内企业、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。

【目录大纲】

第一章 2018-2022年中国智能音箱行业发展概述

第一节 智能音箱行业发展情况概述

一、智能音箱行业相关定义

二、智能音箱特点分析

三、智能音箱行业基本情况介绍

四、智能音箱行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售/服务模式

五、智能音箱行业需求主体分析

第二节中国智能音箱行业生命周期分析

一、智能音箱行业生命周期理论概述

二、智能音箱行业所属的生命周期分析

第三节智能音箱行业经济指标分析

一、智能音箱行业的赢利性分析

二、智能音箱行业的经济周期分析

三、智能音箱行业附加值的提升空间分析

第二章 2018-2022年全球智能音箱行业市场发展现状分析

第一节全球智能音箱行业发展历程回顾

第二节全球智能音箱行业市场规模与区域分布情况

第三节亚洲智能音箱行业地区市场分析

一、亚洲智能音箱行业市场现状分析

二、亚洲智能音箱行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲智能音箱行业市场前景分析

第四节北美智能音箱行业地区市场分析

一、北美智能音箱行业市场现状分析

二、北美智能音箱行业市场规模与市场需求分析

三、北美智能音箱行业市场前景分析

第五节欧洲智能音箱行业地区市场分析

一、欧洲智能音箱行业市场现状分析

二、欧洲智能音箱行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲智能音箱行业市场前景分析

第六节 2022-2029年世界智能音箱行业分布走势预测

第七节 2022-2029年全球智能音箱行业市场规模预测

第三章 中国智能音箱行业产业发展环境分析

第一节我国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析
- 二、工业经济发展形势分析
- 三、社会固定资产投资分析
- 四、全社会消费品零售总额
- 五、城乡居民收入增长分析
- 六、居民消费价格变化分析
- 七、对外贸易发展形势分析

第二节我国宏观经济环境对智能音箱行业的影响分析

第三节中国智能音箱行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状
- 二、行业主要政策法规
- 三、主要行业标准

第四节政策环境对智能音箱行业的影响分析

第五节中国智能音箱行业产业社会环境分析

第四章 中国智能音箱行业运行情况

第一节中国智能音箱行业发展状况情况介绍

- 一、行业发展历程回顾
- 二、行业创新情况分析
- 三、行业发展特点分析

第二节中国智能音箱行业市场规模分析

- 一、影响中国智能音箱行业市场规模的因素
- 二、中国智能音箱行业市场规模
- 三、中国智能音箱行业市场规模解析

第三节中国智能音箱行业供应情况分析

- 一、中国智能音箱行业供应规模
- 二、中国智能音箱行业供应特点

第四节中国智能音箱行业需求情况分析

- 一、中国智能音箱行业需求规模
- 二、中国智能音箱行业需求特点

第五节中国智能音箱行业供需平衡分析

第五章 中国智能音箱行业产业链和细分市场分析

第一节中国智能音箱行业产业链综述

一、产业链模型原理介绍

二、产业链运行机制

三、智能音箱行业产业链图解

第二节中国智能音箱行业产业链环节分析

一、上游产业发展现状

二、上游产业对智能音箱行业的影响分析

三、下游产业发展现状

四、下游产业对智能音箱行业的影响分析

第三节我国智能音箱行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

第六章 2018-2022年中国智能音箱行业市场竞争分析

第一节中国智能音箱行业竞争现状分析

一、中国智能音箱行业竞争格局分析

二、中国智能音箱行业主要品牌分析

第二节中国智能音箱行业集中度分析

一、中国智能音箱行业市场集中度影响因素分析

二、中国智能音箱行业市场集中度分析

第三节中国智能音箱行业竞争特征分析

一、企业区域分布特征

二、企业规模分布特征

三、企业所有制分布特征

第七章 2018-2022年中国智能音箱行业模型分析

第一节中国智能音箱行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、波特五力模型原理

二、供应商议价能力

三、购买者议价能力

四、新进入者威胁

五、替代品威胁

六、同业竞争程度

七、波特五力模型分析结论

第二节中国智能音箱行业SWOT分析

一、SOWT模型概述

二、行业优势分析

三、行业劣势

四、行业机会

五、行业威胁

六、中国智能音箱行业SWOT分析结论

第三节中国智能音箱行业竞争环境分析（PEST）

一、PEST模型概述

二、政策因素

三、经济因素

四、社会因素

五、技术因素

六、PEST模型分析结论

第八章 2018-2022年中国智能音箱行业需求特点与动态分析

第一节中国智能音箱行业市场动态情况

第二节中国智能音箱行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节智能音箱行业成本结构分析

第四节智能音箱行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、其他因素

第五节中国智能音箱行业价格现状分析

第六节中国智能音箱行业平均价格走势预测

一、中国智能音箱行业平均价格趋势分析

二、中国智能音箱行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国智能音箱行业所属行业运行数据监测

第一节中国智能音箱行业所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节中国智能音箱行业所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节中国智能音箱行业所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第十章 2018-2022年中国智能音箱行业区域市场现状分析

第一节中国智能音箱行业区域市场规模分析

一、影响智能音箱行业区域市场分布的因素

二、中国智能音箱行业区域市场分布

第二节中国华东地区智能音箱行业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区智能音箱行业市场分析

(1) 华东地区智能音箱行业市场规模

(2) 华南地区智能音箱行业市场现状

(3) 华东地区智能音箱行业市场规模预测

第三节华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区智能音箱行业市场分析

(1) 华中地区智能音箱行业市场规模

(2) 华中地区智能音箱行业市场现状

(3) 华中地区智能音箱行业市场规模预测

第四节华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区智能音箱行业市场分析

(1) 华南地区智能音箱行业市场规模

(2) 华南地区智能音箱行业市场现状

(3) 华南地区智能音箱行业市场规模预测

第五节 华北地区智能音箱行业市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区智能音箱行业市场分析

(1) 华北地区智能音箱行业市场规模

(2) 华北地区智能音箱行业市场现状

(3) 华北地区智能音箱行业市场规模预测

第六节 东北地区市场分析

一、东北地区概述

二、东北地区经济环境分析

三、东北地区智能音箱行业市场分析

(1) 东北地区智能音箱行业市场规模

(2) 东北地区智能音箱行业市场现状

(3) 东北地区智能音箱行业市场规模预测

第七节 西南地区市场分析

一、西南地区概述

二、西南地区经济环境分析

三、西南地区智能音箱行业市场分析

(1) 西南地区智能音箱行业市场规模

(2) 西南地区智能音箱行业市场现状

(3) 西南地区智能音箱行业市场规模预测

第八节 西北地区市场分析

一、西北地区概述

二、西北地区经济环境分析

三、西北地区智能音箱行业市场分析

(1) 西北地区智能音箱行业市场规模

(2) 西北地区智能音箱行业市场现状

(3) 西北地区智能音箱行业市场规模预测

第十一章 智能音箱行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

- 1、主要经济指标情况
- 2、企业盈利能力分析
- 3、企业偿债能力分析
- 4、企业运营能力分析
- 5、企业成长能力分析

四、公司优势分析

第二节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第三节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第四节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第五节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第六节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

· · · · ·

第十二章 2022-2029年中国智能音箱行业发展前景分析与预测

第一节 中国智能音箱行业未来发展前景分析

- 一、智能音箱行业国内投资环境分析
- 二、中国智能音箱行业市场机会分析
- 三、中国智能音箱行业投资增速预测
- 第二节中国智能音箱行业未来发展趋势预测
- 第三节中国智能音箱行业规模发展预测
 - 一、中国智能音箱行业市场规模预测
 - 二、中国智能音箱行业市场规模增速预测
 - 三、中国智能音箱行业产值规模预测
 - 四、中国智能音箱行业产值增速预测
 - 五、中国智能音箱行业供需情况预测
- 第四节中国智能音箱行业盈利走势预测

第十三章 2022-2029年中国智能音箱行业进入壁垒与投资风险分析

- 第一节中国智能音箱行业进入壁垒分析
 - 一、智能音箱行业资金壁垒分析
 - 二、智能音箱行业技术壁垒分析
 - 三、智能音箱行业人才壁垒分析
 - 四、智能音箱行业品牌壁垒分析
 - 五、智能音箱行业其他壁垒分析
- 第二节智能音箱行业风险分析
 - 一、智能音箱行业宏观环境风险
 - 二、智能音箱行业技术风险
 - 三、智能音箱行业竞争风险
 - 四、智能音箱行业其他风险
- 第三节中国智能音箱行业存在的问题
- 第四节中国智能音箱行业解决问题的策略分析

第十四章 2022-2029年中国智能音箱行业研究结论及投资建议

- 第一节观研天下中国智能音箱行业研究综述
 - 一、行业投资价值
 - 二、行业风险评估
- 第二节中国智能音箱行业进入策略分析
 - 一、目标客户群体
 - 二、细分市场选择
 - 三、区域市场的选择

第三节 智能音箱行业营销策略分析

一、智能音箱行业产品策略

二、智能音箱行业定价策略

三、智能音箱行业渠道策略

四、智能音箱行业促销策略

第四节 观研天下分析师投资建议

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202206/602500.html>