

2022-2028年中国人工智能 音箱行业发展趋势与行业竞争对手分析报告

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

《2022-2028年中国人工智能音箱行业发展趋势与行业竞争对手分析报告》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/202204/281359.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

从2016年开始，中国人工智能进入市场爆发阶段，持续保持较高的市场增长率。2019年，人工智能企业开始加快落地应用探索，基础层、技术层企业开始向应用层下游渗透，人工智能相关应用产品更加丰富，对于不同应用场景，人工智能企业能够提供更全面的综合智能化解决方案。2019年中国人工智能市场规模达到489.3亿元，增长率27.5%。预计未来三年中国人工智能市场将稳步向前，人工智能的场景落地以及市场开拓将在各行各业中稳定展开。预计到2022年，中国人工智能市场规模将超过千亿元。2017-2022年中国人工智能市场规模及预测

数据显示，2019年第三季度全球智能音箱出货量已经达到2860万台，同比增长44.9%。其中亚马逊、百度、阿里、谷歌、小米等组成的头部阵营，已占据87.5%的市场份额。亚马逊(1040万台)、阿里巴巴(390万台)、百度(370万台)、谷歌(350万台)、小米(340万台)为全球出货量前五。智能音箱的全球使用量将在年底超过2.6亿部。2019年Q3全球智能音箱品牌出货量市场份额情况

中企顾问网发布的《2022-2028年中国人工智能音箱行业发展趋势与行业竞争对手分析报告》共十四章。首先介绍了中国人工智能音箱行业市场发展环境、人工智能音箱整体运行态势等，接着分析了中国人工智能音箱行业市场运行的现状，然后介绍了人工智能音箱市场竞争格局。随后，报告对人工智能音箱做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国人工智能音箱行业发展趋势与投资预测。您若想对人工智能音箱产业有个系统的了解或者想投资中国人工智能音箱行业，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 人工智能音箱行业发展综述

1.1 人工智能音箱行业定义及分类

1.1.1 行业定义

1.1.2 行业主要产品分类

1.1.3 行业主要商业模式

1.2 人工智能音箱行业特征分析

1.2.1 产业链分析

1.2.2 人工智能音箱行业在国民经济中的地位

1.2.3 人工智能音箱行业生命周期分析

(1) 行业生命周期理论基础

(2) 人工智能音箱行业生命周期

1.3 最近3-5年中国人工智能音箱所属行业经济指标分析

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 人工智能音箱行业运行环境分析

2.1 人工智能音箱行业政治法律环境分析

2.1.1 行业管理体制分析

2.1.2 行业主要法律法规

2.1.3 行业相关发展规划

2.2 人工智能音箱行业经济环境分析

2.2.1 国际宏观经济形势分析

2.2.2 国内宏观经济形势分析

2.2.3 产业宏观经济环境分析

2.3 人工智能音箱行业社会环境分析

2.3.1 人工智能音箱产业社会环境

2.3.2 社会环境对行业的影响

2.3.3 人工智能音箱产业发展对社会发展的影响

2.4 人工智能音箱行业技术环境分析

2.4.1 人工智能音箱技术分析

2.4.2 人工智能音箱技术发展水平

2.4.3 行业主要技术发展趋势

第三章 我国人工智能音箱所属行业运行分析

3.1 我国人工智能音箱行业发展状况分析

3.1.1 我国人工智能音箱行业发展阶段

3.1.2 我国人工智能音箱行业发展总体概况

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。2015-2019年中国智能音箱出货量情况

从智能音箱市场竞争格局来看：阿里巴巴、百度和小米的市场份额占比超过9成。其中，阿里巴巴的天猫精灵智能音箱，以全年1561万台出货量位居首位，同比增长87.9%；百度的小度智能音箱位列第二，全年出货量1490万台，同比增长278.5%；小米的小爱智能音箱位列第三，全年出货量1130万台，同比增长89.7%。2019年中国智能音箱出货量市场占比

3.1.3 我国人工智能音箱行业发展特点分析

3.2 2015-2019年人工智能音箱行业发展现状

3.2.1 2015-2019年我国人工智能音箱行业市场规模

3.2.2 2015-2019年我国人工智能音箱行业发展分析

3.2.3 2015-2019年中国人工智能音箱企业发展分析

3.3 区域市场分析

3.3.1 区域市场分布总体情况

3.3.2 2015-2019年重点省市市场分析

3.4 人工智能音箱细分产品/服务市场分析

3.4.1 细分产品/服务特色

3.4.2 2015-2019年细分产品/服务市场规模及增速

3.4.3 重点细分产品/服务市场前景预测

3.5 人工智能音箱产品/服务价格分析

3.5.1 2015-2019年人工智能音箱价格走势

3.5.2 影响人工智能音箱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

3.5.3 2022-2028年人工智能音箱产品/服务价格变化趋势

3.5.4 主要人工智能音箱企业价位及价格策略

第四章 我国人工智能音箱所属行业整体运行指标分析

4.1 2015-2019年中国人工智能音箱所属行业总体规模分析

4.1.1 企业数量结构分析

4.1.2 人员规模状况分析

4.1.3 行业资产规模分析

4.1.4 行业市场规模分析

4.2 2015-2019年中国人工智能音箱所属行业产销情况分析

4.2.1 我国人工智能音箱所属行业工业总产值

4.2.2 我国人工智能音箱所属行业工业销售产值

4.2.3 我国人工智能音箱所属行业产销率

4.3 2015-2019年中国人工智能音箱所属行业财务指标总体分析

4.3.1 行业盈利能力分析

4.3.2 行业偿债能力分析

4.3.3 行业营运能力分析

4.3.4 行业发展能力分析

第五章 我国人工智能音箱行业供需形势分析

5.1 人工智能音箱行业供给分析

5.1.1 2015-2019年人工智能音箱行业供给分析

5.1.2 2022-2028年人工智能音箱行业供给变化趋势

5.1.3 人工智能音箱行业区域供给分析

5.2 2015-2019年我国人工智能音箱行业需求情况

5.2.1 人工智能音箱行业需求市场

5.2.2 人工智能音箱行业客户结构

5.2.3 人工智能音箱行业需求的地区差异

5.3 人工智能音箱市场应用及需求预测

5.3.1 人工智能音箱应用市场总体需求分析

(1) 人工智能音箱应用市场需求特征

(2) 人工智能音箱应用市场需求总规模

5.3.2 2022-2028年人工智能音箱行业领域需求量预测

(1) 2022-2028年人工智能音箱行业领域需求产品/服务功能预测

(2) 2022-2028年人工智能音箱行业领域需求产品/服务市场格局预测

5.3.3 重点行业人工智能音箱产品/服务需求分析预测

第六章 人工智能音箱行业产业结构分析

6.1 人工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（所有制结构）

6.2 产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析

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 中国人工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 我国人工智能音箱行业产业链分析

7.1 人工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 人工智能音箱上游行业分析

7.2.1 人工智能音箱产品成本构成

7.2.2 2015-2019年上游行业发展现状

7.2.3 2022-2028年上游行业发展趋势

7.2.4 上游供给对人工智能音箱行业的影响

7.3 人工智能音箱下游行业分析

7.3.1 人工智能音箱下游行业分布

7.3.2 2015-2019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 下游需求对人工智能音箱行业的影响

第八章 我国人工智能音箱行业渠道分析及策略

8.1 人工智能音箱行业渠道分析

8.1.1 渠道形式及对比

8.1.2 各类渠道对人工智能音箱行业的影响

8.1.3 主要人工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 人工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 人工智能音箱行业营销策略分析

8.3.1 中国人工智能音箱营销概况

8.3.2 人工智能音箱营销策略探讨

8.3.3 人工智能音箱营销发展趋势

第九章 我国人工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 人工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 人工智能音箱行业企业间竞争格局分析
- 9.1.3 人工智能音箱行业集中度分析
- 9.1.4 人工智能音箱行业SWOT分析
- 9.2 中国人工智能音箱行业竞争格局综述
- 9.2.1 人工智能音箱行业竞争概况
 - (1) 中国人工智能音箱行业竞争格局
 - (2) 人工智能音箱行业未来竞争格局和特点
 - (3) 人工智能音箱市场进入及竞争对手分析
- 9.2.2 中国人工智能音箱行业竞争力分析
 - (1) 我国人工智能音箱行业竞争力剖析
 - (2) 我国人工智能音箱企业市场竞争的优势
 - (3) 国内人工智能音箱企业竞争能力提升途径
- 9.2.3 人工智能音箱市场竞争策略分析

第十章 人工智能音箱行业领先企业经营形势分析

- 10.1 A公司
 - 10.1.1 企业概况
 - 10.1.2 企业优势分析
 - 10.1.3 产品/服务特色
 - 10.1.4 公司经营状况
 - 10.1.5 公司发展规划
- 10.2 B公司
 - 10.2.1 企业概况
 - 10.2.2 企业优势分析
 - 10.2.3 产品/服务特色
 - 10.2.4 公司经营状况
 - 10.2.5 公司发展规划
- 10.3 C公司
 - 10.3.1 企业概况

10.3.2 企业优势分析

10.3.3 产品/服务特色

10.3.4 公司经营状况

10.3.5 公司发展规划

10.4 D公司

10.4.1 企业概况

10.4.2 企业优势分析

10.4.3 产品/服务特色

10.4.4 公司经营状况

10.4.5 公司发展规划

10.5 E公司

10.5.1 企业概况

10.5.2 企业优势分析

10.5.3 产品/服务特色

10.5.4 公司经营状况

10.5.5 公司发展规划

10.6 F公司

10.6.1 企业概况

10.6.2 企业优势分析

10.6.3 产品/服务特色

10.6.4 公司经营状况

10.6.5 公司发展规划

第十一章 2022-2028年人工智能音箱行业投资前景

11.1 2022-2028年人工智能音箱市场发展前景

11.1.1 2022-2028年人工智能音箱市场发展潜力

11.1.2 2022-2028年人工智能音箱市场发展前景展望

11.1.3 2022-2028年人工智能音箱细分行业发展前景分析

11.2 2022-2028年人工智能音箱市场发展趋势预测

11.2.1 2022-2028年人工智能音箱行业发展趋势

11.2.2 2022-2028年人工智能音箱市场规模预测

11.2.3 2022-2028年人工智能音箱行业应用趋势预测

- 11.2.4 2022-2028年细分市场发展趋势预测
- 11.3 2022-2028年中国人工智能音箱行业供需预测
 - 11.3.1 2022-2028年中国人工智能音箱行业供给预测
 - 11.3.2 2022-2028年中国人工智能音箱行业需求预测
 - 11.3.3 2022-2028年中国人工智能音箱供需平衡预测
- 11.4 影响企业生产与经营的关键趋势
 - 11.4.1 市场整合成长趋势
 - 11.4.2 需求变化趋势及新的商业机遇预测
 - 11.4.3 企业区域市场拓展的趋势
 - 11.4.4 科研开发趋势及替代技术进展
 - 11.4.5 影响企业销售与服务方式的关键趋势

第十二章 2022-2028年人工智能音箱行业投资机会与风险

- 12.1 人工智能音箱行业投融资情况
 - 12.1.1 行业资金渠道分析
 - 12.1.2 固定资产投资分析
 - 12.1.3 兼并重组情况分析
- 12.2 2022-2028年人工智能音箱行业投资机会
 - 12.2.1 产业链投资机会
 - 12.2.2 细分市场投资机会
 - 12.2.3 重点区域投资机会
- 12.3 2022-2028年人工智能音箱行业投资风险及防范
 - 12.3.1 政策风险及防范
 - 12.3.2 技术风险及防范
 - 12.3.3 供求风险及防范
 - 12.3.4 宏观经济波动风险及防范
 - 12.3.5 关联产业风险及防范
 - 12.3.6 产品结构风险及防范
 - 12.3.7 其他风险及防范

第十三章 人工智能音箱行业投资战略研究

- 13.1 人工智能音箱行业发展战略研究

- 13.1.1 战略综合规划
- 13.1.2 技术开发战略
- 13.1.3 业务组合战略
- 13.1.4 区域战略规划
- 13.1.5 产业战略规划
- 13.1.6 营销品牌战略
- 13.1.7 竞争战略规划
- 13.2 对我国人工智能音箱品牌的战略思考
 - 13.2.1 人工智能音箱品牌的重要性
 - 13.2.2 人工智能音箱实施品牌战略的意义
 - 13.2.3 人工智能音箱企业品牌的现状分析
 - 13.2.4 我国人工智能音箱企业的品牌战略
 - 13.2.5 人工智能音箱品牌战略管理的策略
- 13.3 人工智能音箱经营策略分析
 - 13.3.1 人工智能音箱市场细分策略
 - 13.3.2 人工智能音箱市场创新策略
 - 13.3.3 品牌定位与品类规划
 - 13.3.4 人工智能音箱新产品差异化战略
- 13.4 人工智能音箱行业投资战略研究
 - 13.4.1 2019年人工智能音箱行业投资战略
 - 13.4.2 2022-2028年人工智能音箱行业投资战略
 - 13.4.3 2022-2028年细分行业投资战略

第十四章 研究结论及投资建议()

- 14.1 人工智能音箱行业研究结论
- 14.2 人工智能音箱行业投资价值评估
- 14.3 人工智能音箱行业投资建议
 - 14.3.1 行业发展策略建议
 - 14.3.2 行业投资方向建议
 - 14.3.3 行业投资方式建议()

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202204/281359.html>