

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

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

4.2 2015-2019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

4.3.2 2022-2028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

4.3.3 2022-2028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>