

2022-2028年中国智能音箱 市场深度分析与市场调查预测报告

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年中国智能音箱市场深度分析与市场调查预测报告》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/202112/255388.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

全球智能音箱市场近几年实现爆发式增长，出货量由2015年的170万台增长至2016年650万台，增长率为282.35%，2017年出货量约为2,480万台，较同期增长率为281.54%。预计2018年至2020年，全球智能音箱市场将逐渐进入成熟期，增长率虽相对放缓但仍保持高位，出货量在2020年将达6,130万台。2015年至2020年全球智能音箱市场规模及预测

中企顾问网发布的《2022-2028年中国智能音箱市场深度分析与市场调查预测报告》共十四章。首先介绍了中国智能音箱行业市场发展环境、智能音箱整体运行态势等，接着分析了中国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，最后分析了中国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中国智能音箱行业，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 智能音箱行业相关基础概述及研究机构

1.1 智能音箱的定义及分类

1.1.1 智能音箱的界定

1.1.2 智能音箱的分类

1.1.3 智能音箱的特性

1.2 智能音箱行业特点分析

1.2.1 市场特点分析

1.2.2 行业经济特性

1.2.3 行业发展周期分析

1.2.4 行业进入风险

1.2.5 行业成熟度分析

第二章 2019年中国智能音箱所属行业市场发展环境分析

2.1 中国智能音箱行业经济环境分析

2.1.1 中国经济运行情况

- 1、国民经济运行情况GDP
- 2、消费价格指数CPI、PPI
- 3、全国居民收入情况
- 4、音箱行业发展现状
- 5、智能语音产业发展形势
- 6、人工智能产业发展形势

2.1.2 经济环境对行业的影响分析

2.2 中国智能音箱行业政策环境分析

2.2.1 行业监管环境

- 1、行业主管部门
- 2、行业监管体制

2.2.2 行业政策分析

- 1、主要法律法规
- 2、相关发展规划

2.2.3 政策环境对行业的影响分析

2.3 中国智能音箱行业社会环境分析

2.3.1 行业社会环境

- 1、人口环境分析
- 2、教育环境分析
- 3、文化环境分析
- 4、生态环境分析
- 5、中国城镇化率
- 6、居民消费观念和习惯

2.3.2 社会环境对行业的影响分析

2.4 中国智能音箱行业技术环境分析

2.4.1 智能音箱技术分析

- 1、技术水平总体发展情况
- 2、中国智能音箱行业新技术研究

2.4.2 智能音箱核心技术分析

- 1、智能语音技术

2、人工智能技术

3、声纹识别技术

2.4.3 行业主要技术发展趋势

2.4.4 技术环境对行业的影响

第三章 中国智能音箱行业上、下游产业链分析

3.1 智能音箱行业产业链概述

3.1.1 产业链定义

3.1.2 智能音箱行业产业链

3.2 智能音箱行业上游-智能语音产业发展分析

3.2.1 语音识别技术跃进，智能语音企业迎风口

3.2.2 声纹识别助力行业发展

3.2.3 科技巨头争夺语音入口

3.3 智能音箱行业上游-AI产业发展分析

3.3.1 AI2.0技术成熟，智能音箱成战场

3.3.2 AI技术深刻影响各行各业

3.4 智能音箱行业下游-智能家居产业发展分析

3.4.1 智能家居产业规模快速增长

3.4.2 智能家居结合智能音箱将大有作为

3.5 智能音箱行业下游-互联网产业发展分析

3.5.1 智能音箱打造互联网购物新场景

3.5.2 APP应用新载体-智能音箱

第四章 国际智能音箱所属行业市场发展分析

4.1 2019年国际智能音箱行业发展现状

4.1.1 国际智能音箱行业发展现状

4.1.2 国际智能音箱行业发展规模

4.1.3 国际智能音箱主要技术水平

4.2 2015-2019年国际智能音箱市场需求研究

4.2.1 国际智能音箱市场需求特点

4.2.2 国际智能音箱市场需求结构

4.2.3 国际智能音箱市场需求规模

4.3 2015-2019年国际区域智能音箱行业研究

4.3.1 欧洲

4.3.2 美国

4.3.3 日韩

4.4 国际智能音箱代表性企业分析

4.4.1 亚马逊

4.4.2 苹果

4.4.3 谷歌

4.4.4 科大讯飞

4.5 2022-2028年国际智能音箱行业发展展望

4.5.1 国际智能音箱行业发展趋势

全球智能音箱出货量预测

4.5.2 国际智能音箱行业规模预测

智能音箱市场规模预测

4.5.3 国际智能音箱行业发展机会

第五章 2015-2019年中国智能音箱所属行业发展概述

5.1 中国智能音箱行业发展状况分析

5.1.1 中国智能音箱行业发展阶段

5.1.2 中国智能音箱行业发展总体概况

5.1.3 中国智能音箱行业发展特点分析

5.2 2015-2019年智能音箱行业发展现状

5.2.1 2015-2019年中国智能音箱行业发展热点

5.2.2 2015-2019年中国智能音箱行业发展现状

5.2.3 2015-2019年中国智能音箱企业发展分析

5.3 中国智能音箱行业细分市场概况

5.3.1 市场细分充分程度

5.3.2 细分市场结构分析

5.4 中国智能音箱行业发展问题及对策建议

5.4.1 中国智能音箱行业发展制约因素

5.4.2 中国智能音箱行业存在问题分析

5.4.3 中国智能音箱行业发展对策建议

第六章 中国智能音箱所属行业运行指标分析及预测

6.1 中国智能音箱所属行业企业数量分析

6.1.1 2015-2019年中国智能音箱所属行业企业数量情况

6.1.2 2015-2019年中国智能音箱所属行业企业竞争结构

6.2 2015-2019年中国智能音箱所属行业财务指标总体分析

6.2.1 行业盈利能力分析

6.2.2 行业偿债能力分析

6.2.3 行业营运能力分析

6.2.4 行业发展能力分析

6.3 中国智能音箱所属行业市场规模分析及预测

6.3.1 2015-2019年中国智能音箱所属行业市场规模分析

6.3.2 2022-2028年中国智能音箱所属行业市场规模预测

6.4 中国智能音箱所属行业市场供需分析及预测

6.4.1 中国智能音箱所属行业市场供给分析

1、2015-2019年中国智能音箱所属行业供给规模分析

2、2022-2028年中国智能音箱所属行业供给规模预测

6.4.2 中国智能音箱所属行业市场需求分析

1、2015-2019年中国智能音箱所属行业需求规模分析

2、2022-2028年中国智能音箱所属行业需求规模预测

第七章 中国人工智能时代智能音箱行业发展现状及前景

7.1 人工智能给智能音箱行业带来的冲击和变革分析

7.1.1 人工智能时代智能音箱行业大环境变化分析

7.1.2 人工智能给智能音箱行业带来的突破机遇分析

7.1.3 人工智能给智能音箱行业带来的挑战分析

7.1.4 人工智能智能音箱行业融合创新机会分析

7.2 人工智能时代智能音箱行业市场发展现状分析

7.2.1 人工智能时代智能音箱行业投资布局分析

1、人工智能智时代能音箱行业投资切入方式

2、人工智能智时代能音箱行业投资规模分析

3、人工智能智时代能音箱行业投资业务布局

- 7.2.2 智能音箱行业目标客户渗透率分析
- 7.2.3 人工智能智能音箱行业市场规模分析
- 7.2.4 人工智能时代智能音箱行业竞争格局分析
 - 1、人工智能时代智能音箱行业参与者结构
 - 2、人工智能时代智能音箱行业竞争者类型
- 7.2.5 人工智能时代智能音箱行业竞争模式分析
- 7.3 人工智能时代智能音箱行业市场前景分析
 - 7.3.1 人工智能时代智能音箱行业市场增长动力分析
 - 7.3.2 人工智能时代智能音箱行业市场技术瓶颈剖析
 - 7.3.3 人工智能时代智能音箱行业市场发展趋势分析
- 7.4 人工智能时代智能音箱产品功能分析
 - 7.4.1 智能音箱产品人工智能技术应用分析
 - 7.4.2 人工智能赋予的产品功能可能性分析

第八章 中国智能音箱所属行业消费市场调查

- 8.1 智能音箱市场消费需求分析
 - 8.1.1 智能音箱市场的消费需求变化
 - 8.1.2 智能音箱行业的需求情况分析
 - 8.1.3 智能音箱品牌市场消费需求分析
- 8.2 智能音箱消费市场状况分析
 - 8.2.1 智能音箱行业消费特点
 - 8.2.2 智能音箱行业消费结构分析
 - 8.2.3 智能音箱行业消费的市场变化
 - 8.2.4 智能音箱市场的消费方向
- 8.3 智能音箱行业产品的品牌市场调查
 - 8.3.1 消费者对行业品牌认知度宏观调查
 - 8.3.2 消费者对行业产品的品牌偏好调查
 - 8.3.3 消费者对行业品牌的首要认知渠道
 - 8.3.4 智能音箱行业品牌忠诚度调查
 - 8.3.5 消费者的消费理念调研

第九章 中国智能音箱所属行业市场竞争格局分析

- 9.1 中国智能音箱行业竞争格局分析
 - 9.1.1 智能音箱行业区域分布格局
 - 9.1.2 智能音箱行业企业规模格局
 - 9.1.3 智能音箱行业企业性质格局
- 9.2 中国智能音箱行业竞争五力分析
 - 9.2.1 智能音箱行业上游议价能力
 - 9.2.2 智能音箱行业下游议价能力
 - 9.2.3 智能音箱行业新进入者威胁
 - 9.2.4 智能音箱行业替代产品威胁
 - 9.2.5 智能音箱行业现有企业竞争
- 9.3 中国智能音箱行业竞争SWOT分析
 - 9.3.1 智能音箱行业优势分析（S）
 - 9.3.2 智能音箱行业劣势分析（W）
 - 9.3.3 智能音箱行业机会分析（O）
 - 9.3.4 智能音箱行业威胁分析（T）
- 9.4 中国智能音箱行业竞争策略建议

第十章 中国智能音箱行业领先企业分析

- 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
- 10.7 联想（北京）有限公司
 - 10.7.1 企业发展基本情况
 - 10.7.2 企业经营情况分析
 - 10.7.3 企业发展战略分析
- 10.8 广州酷狗科技计算机有限公司
 - 10.8.1 企业发展基本情况
 - 10.8.2 企业经营情况分析
 - 10.8.3 企业发展战略分析
- 10.9 喜马拉雅科技有限公司
 - 10.9.1 企业发展基本情况
 - 10.9.2 企业经营情况分析
 - 10.9.3 企业发展战略分析
- 10.10 北京零秒科技有限公司
 - 10.10.1 企业发展基本情况
 - 10.10.2 企业经营情况分析
 - 10.10.3 企业发展战略分析

第十一章 2022-2028年中国智能音箱行业发展趋势与投资机会研究

- 11.1 2022-2028年中国智能音箱行业市场发展潜力分析
 - 11.1.1 中国智能音箱行业市场空间分析
 - 11.1.2 中国智能音箱行业竞争格局变化
 - 11.1.3 中国智能音箱行业人工智能时代发展前景

11.2 2022-2028年中国智能音箱行业发展趋势分析

11.2.1 中国智能音箱行业品牌格局趋势

11.2.2 中国智能音箱行业渠道分布趋势

11.2.3 中国智能音箱行业市场趋势分析

由于我国的智能家居市场正处于成长期，加之中文语音识别技术较其他语言更为复杂，智能音箱早期在我国的发展较慢，2016年，我国智能音箱出货量仅为10万台。预计未来几年我国智能音箱市场规模将保持快速增长的趋势，到2020年出货量有望达到1,257.6万台。2016年至2020年中国智能音箱市场规模及预测

11.3 2022-2028年中国智能音箱行业投资机会与建议

11.3.1 中国智能音箱行业投资前景展望

11.3.2 中国智能音箱行业投资机会分析

11.3.3 中国智能音箱行业投资建议分析

第十二章 2022-2028年中国智能音箱行业投资分析与风险规避

12.1 中国智能音箱行业关键成功要素分析

12.2 中国智能音箱行业投资壁垒分析

12.3 中国智能音箱行业投资风险与规避

12.3.1 宏观经济风险与规避

12.3.2 行业政策风险与规避

12.3.3 上游市场风险与规避

12.3.4 市场竞争风险与规避

12.3.5 技术风险分析与规避

12.3.6 下游需求风险与规避

12.4 中国智能音箱行业融资渠道与策略

12.4.1 智能音箱行业融资渠道分析

12.4.2 智能音箱行业融资策略分析

第十三章 2022-2028年中国智能音箱行业盈利模式与投资战略规划分析

13.1 国外智能音箱行业投资现状及经营模式分析

13.1.1 境外智能音箱行业成长情况调查

13.1.2 经营模式借鉴

- 13.1.3 国外投资新趋势动向
- 13.2 中国智能音箱行业商业模式探讨
 - 13.2.1 智能音箱行业主流商业模式分析
 - 13.2.2 智能音箱行业商业模式创新分析
- 13.3 中国智能音箱行业投资发展战略规划
 - 13.3.1 战略优势分析
 - 13.3.2 战略机遇分析
 - 13.3.3 战略规划目标
 - 13.3.4 战略措施分析
- 13.4 最优投资路径设计
 - 13.4.1 投资对象
 - 13.4.2 投资模式
 - 13.4.3 预期财务状况分析
 - 13.4.4 风险资本退出方式

第十四章研究结论及建议()

- 14.1 研究结论
- 14.2 建议
 - 14.2.1 行业发展策略建议
 - 14.2.2 行业投资方向建议
 - 14.2.3 行业投资方式建议

图表目录：

- 图表 智能音箱行业特点
- 图表 智能音箱行业生命周期
- 图表 智能音箱行业产业链分析
- 图表 中国智能语音产业规模分析
- 图表 中国智能音箱市场渗透率分析
- 图表 2015-2019年智能音箱行业市场规模分析
- 图表 2022-2028年智能音箱行业市场规模预测
- 图表 2015-2019年中国智能音箱行业供给规模分析
- 图表 2022-2028年中国智能音箱行业供给规模预测

图表 2015-2019年中国智能音箱行业需求规模分析

图表 2022-2028年中国智能音箱行业需求规模预测

图表 2015-2019年中国智能音箱行业企业数量情况

图表 2015-2019年中国智能音箱行业企业竞争结构

图表 中国智能音箱行业盈利能力分析

图表 中国智能音箱行业运营能力分析

图表 中国智能音箱行业偿债能力分析

图表 中国智能音箱行业发展能力分析

图表 中国智能音箱行业经营效益分析

图表 2015-2019年智能音箱行业重要数据指标比较

图表 2015-2019年中国智能音箱行业竞争力分析

图表 2022-2028年中国智能音箱行业产能预测

图表 2022-2028年中国智能音箱行业消费量预测

图表 2022-2028年中国智能音箱市场价格走势预测

图表 2022-2028年中国智能音箱行业发展趋势预测

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202112/255388.html>