

2019-2025年中国智能音箱 行业发展前景分析及投资策略咨询报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2019-2025年中国智能音箱行业发展前景分析及投资策略咨询报告》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.abaogao.com/b/xiaojiadian/0061896QVY.html>

报告价格：印刷版：RMB 8000 电子版：RMB 8000 印刷版+电子版：RMB 8200

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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

智能家居场景中，一共有三个感知方式与人类有关：视觉、听觉、交互。随着平板电视、曲面电视、4K、超大屏等技术的不断释放，视觉体验已经被良好解决，甚至过度解决。交互感一直是智能家居的重点。各种搜索分发、网络遥控器都专注于解决这一问题。这一领域还有待进一步提升，但解决问题的方式和玩家已经很多。听觉作为家庭影音最重要的体验方式之一，在智能化进程中一直被严重忽视。随着科技的发展，语音正在成为人类和机器互动中越来越重要的手段。让人类和机器能够完美对话，是人机交互领域长久以来的梦想。而使智能音箱成为智能家居服务的平台，是各互联网巨头目前为止最理想的一种方法。2014年11月Amazon首次推出智能音箱产品Amazon Echo，从最初的不温不火到如今销量累计超千万，占据智能音箱和AI领域热门话题前列，国内外巨头纷纷跟进。2017年预计有大量的厂家发布新产品，既有Apple（HomePod）、Google（Home）等国际科技巨头，也有国内众多互联网巨头如BAT，各家均表示对于智能音箱市场前景的看好。供应链业者如芯片厂联发科、扬声器厂国光电器、致伸和美律、OEM厂富士康和英业达等受益于智能音箱硬件产品需求爆发，业绩增长动能更为强劲，市场呈现较为火热的氛围。近年来智能家居市场进入快速拓展期，用户渗透率快速增长。根据调查数据显示，2017年美国智能家居市场规模将达146亿美元，渗透率提升至32.5%，预计2021年将达到60.7%。而中国智能家居市场规模也超过20亿美元，渗透率为2.6%，与美国相比差距较大，未来发展空间广阔。随着语音识别技术不断成熟，智能音箱作为语音交互载体，在控制智能家居的便捷度和体验上都将逐步优于智能手机。未来智能音箱有望成为智能家居的控制中枢，成为一个开放性的平台，可以让客厅的智能电视、电灯、空调等链接起来，通过语音交互来实现对于其他智能家居产品的控制，掌握了智能音箱便掌握了智能家居的入口。智研数据研究中心发布的《2019-2025年中国智能音箱行业发展前景分析及投资策略咨询报告》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研究分析。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，具有重要的参考价值！智研数据研究中心是国内权威的市场调查、行业分析专家，主要服务有市场调查报告，行业分析报告，投资发展报告，市场研究报告,市场分析报告,行业研究报告,行业调查报告,投资咨询报告,投资情报，免费报告,行业咨询,数据等，是中国知名的研究报告提供商。 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 2017年中国智能音箱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GDP2、消费价格指数CPI、PPI3、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 国际智能音箱行业市场发展分析4.1 2017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 2014-2017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 2014-2017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 2019-2025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4.5.3 国际智能音箱行业发展机会 第五章 2014-2017年中国智能音箱行业发展概述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 2014-2017年智能音箱行业发展现状5.2.1 2014-2017年中国智能音箱行业发展热点5.2.2 2014-2017年中国智能音箱行业发展现状5.2.3 2014-2017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 中国智能音箱行业运行指标分析及预测6.1 中国智能音箱行业企业数量分析6.1.1 2014-2017年中国智能音箱行业企业数量情况6.1.2 2014-2017年中国智能音箱行业企业竞争结构6.2 2014-2017年中国智能音箱行业财务指标总体

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 中国智能音箱行业市场规模分析及预测6.3.1 2014-2017年中国智能音箱行业市场规模分析6.3.2 2019-2025年中国智能音箱行业市场规模预测6.4 中国智能音箱行业市场供需分析及预测6.4.1 中国智能音箱行业市场供给分析1、2014-2017年中国智能音箱行业供给规模分析2、2019-2025年中国智能音箱行业供给规模预测6.4.2 中国智能音箱行业市场需求分析1、2014-2017年中国智能音箱行业需求规模分析2、2019-2025年中国智能音箱行业需求规模预测

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发展前景分析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 2019-2025年中国智能音箱行业发展趋势与投资机会研究11.1 2019-2025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 2019-2025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11.3 2019-2025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 2019-2025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 2019-2025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 专家建议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GDP增长情况图表：中国CPI增长情况图表：中国人口数量及其构成图表：中国智能语音产业规模分析图表：中国人工智能产业规模分析图表：中国智能音箱市场渗透率分析图表：中国城镇居民可

支配收入情况图表：美国智能音箱市场规模分析图表：美国智能音箱市场渗透率分析图表
：2014-2017年亚马逊智能音箱出货量分析图表：Echo智能音箱市场占有率分析图表：Echo智
能音箱功能分析图表：2014-2017年苹果智能音箱出货量分析图表：2014-2017年谷歌智能音箱
出货量分析图表：科大讯飞核心技术分析图表：科大讯飞“讯飞超脑”分析图表：
叮咚音箱市场战略率分析图表：2014-2017年智能音箱行业市场规模分析图表：2019-2025年智
能音箱行业市场规模预测图表：2014-2017年中国智能音箱行业供给规模分析图表：2019-2025
年中国智能音箱行业供给规模预测图表：2014-2017年中国智能音箱行业需求规模分析图表
：2019-2025年中国智能音箱行业需求规模预测图表：2014-2017年中国智能音箱行业企业数量
情况图表：2014-2017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：2014-2017年智能音
箱行业重要数据指标比较图表：2014-2017年中国智能音箱行业竞争力分析图表：2019-2025年
中国智能音箱行业产能预测图表：2019-2025年中国智能音箱行业消费量预测图表：2019-2025
年中国智能音箱市场价格走势预测图表：2019-2025年中国智能音箱行业发展趋势预测
略……

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/xiaojiadian/0061896QVY.html>