

2019-2025年中国智能音箱 行业深度调研与发展前景预测报告

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深度调研与发展前景预测报告》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.abaogao.com/b/xiaojiadian/N03827PVR4.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。

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深度调研与发展前景预测报告》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2.2 2014-2017年智能音箱行业发展现状2.2.1 2014-2017年我国智能音箱行业市场规模2.2.2 2014-2017年我国智能音箱行业发展分析2.2.3 2014-2017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2.3.2 2014-2017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2.4.2 2014-2017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2.5.1 2014-2017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2.5.3 2019-2025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 我国智能音箱行业整体运行指标分析3.1 中国智能音箱行业总体规模分析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 行业资产规模分析3.1.4 行业市场规模分析3.2 中国智能音箱行业产销情况分析3.2.1 我国智能音箱行业产值3.2.2 我国智能音箱行业收入3.2.3 我国智能音箱行业产销率3.3 中国智能音箱行业财务指标总体分析3.3.1 行业盈利能力分析3.3.2 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4.1.1 2014-2017年智能音箱行业供给规模及增速4.1.2 2019-2025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) 2014-2017年重点省市供给分析4.2 2014-2017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 2019-2025年智能音箱行业领域需求量预测(1) 2019-2025年智能音箱行业领域需求产品/服务功能预测(2) 2019-2025年智能音箱行业领域需求产品/服务市场格局预测4.3.3 2019-2025年重点行业智能音箱产品/服务需求分析预测 第五章 我国智能音箱行业进出口结构分析5.1 智能音箱行业进出口市场分析5.1.1 智能音箱行业进出口综述(1) 中国智能音箱进出口的特点分析(2) 中国智能音箱进出口地区分布状况(3) 中国智能音箱进出口的贸易方式及经营企业分析(4) 中国智能音箱进出口政策与国际化经营5.1.2 智能音箱行业出口市场分析(1) 2014-2017年行业出口整体情况(2) 2014-2017年行业出口总额分析(3) 2014-2017年行业出口结构分析5.1.3 智能音箱行业进口市场分析(1) 2014-2017年行业进口整体情况(2) 2014-2017年行业进口总额分析(3) 2014-2017年行业进口结构分析5.2 中国智能音箱进出口面临的挑战及对策5.2.1 智能音箱进出口面临的挑战及对策5.2.2 智能音箱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7.2.2 2017年上游行业发展现状7.2.3 2019-2025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7.3.2 2017年下游行业发展现状7.3.3 2019-2025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 第四部分 投资价值篇第十一章 2019-2025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11.2 2019-2025年智能音箱市场发展前景11.2.1 2019-2025年智能音箱市场发展潜力11.2.2 2019-2025年智能音箱市场发展前景展望11.2.3 2019-2025年智能音箱细分行业发展前景分析11.3 2019-2025年智能音箱市场发展趋势预测11.3.1 2019-2025年智能音箱行业发展趋势11.3.2 2019-2025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11.3.3 2019-2025年智能音箱行业应用趋势预测11.4 2019-2025年中国智能音箱行业供需预测11.4.1 2019-2025年中国智能音箱行业供给预测11.4.2 2019-2025年中国智能音箱行业需求预测11.4.3 2019-2025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 2019-2025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12.4.3 2017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 2019-2025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）2017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 2019-2025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 2019-2025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

图表目录

图表1：智能音箱行业生命周期图

图表2：智能音箱行业产业链结构图

图表3：2014-2017年全球智能音箱行业市场规模图

图表4：2014-2017年中国智能音箱行业市场规模图

图表5：2014-2017年智能音箱行业重要数据比较图

图表6：2014-2017年中国智能音箱市场占全球份额比较图

图表7：2014-2017年智能音箱行业工业总产值图

图表8：2014-2017年智能音箱行业销售收入图

图表9：2014-2017年智能音箱行业利润总额图

图表10：2014-2017年智能音箱行业资产总计图

图表11：2014-2017年智能音箱行业负债总计图

图表12：2014-2017年智能音箱行业竞争力分析图

图表13：2014-2017年智能音箱市场价格走势图

图表14：2014-2017年智能音箱行业主营业务收入图

图表15：2014-2017年智能音箱行业主营业务成本图

图表16：2014-2017年智能音箱行业销售费用分析图

图表17：2014-2017年智能音箱行业管理费用分析图

图表18：2014-2017年智能音箱行业财务费用分析图

图表19：2014-2017年智能音箱行业销售毛利率分析图

图表20：2014-2017年智能音箱行业销售利润率分析图

图表21：2014-2017年智能音箱行业成本费用利润率分析图

图表22：2014-2017年智能音箱行业总资产利润率分析图

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/xiaojiadian/N03827PVR4.html>