

2020-2025年中国智能音箱行业市场前景预测及投资方向研究报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2020-2025年中国智能音箱行业市场前景预测及投资方向研究报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本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，以及我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市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/channel/video/605434.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

智能音箱是传统音箱的升级产品，依托于人工智能技术，具有智能语音对话、在线音乐播放、智能语音助手等众多功能，不同于传统音箱，智能音箱产品定位为物联网语音入口，允许用户直接使用语音命令控制家居设备，并且可以通过语音播报的方式向用户反馈语音命令的执行结果以及设备目前运行状态等反馈信息。目前，业界普遍认为，第一台真正意义上的智能音箱产品应当是亚马逊于2014年11月推出的Echo。

智能音箱起步于2014年，经过2015年、2016年的沉寂之后，在2017年迎来大爆发并引得众多科技巨头入局，市场热度不断升高，2017年全球智能音箱出货量同比增长超过300%，至2019年，全球智能音箱销量达到1.469亿部，同比2018年增长70%。

2016-2019年全球智能音箱出货量

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 智能音箱行业界定

第一节 智能音箱行业定义

第二节 智能音箱行业特点分析

第三节 智能音箱产业链分析

第二章 2015-2019年国际智能音箱行业发展态势分析

第一节 国际智能音箱行业总体状况分析

第二节 智能音箱行业重点市场分析

第三节 2020-2025年国际智能音箱行业发展前景预测分析

第三章 2019年中国智能音箱行业发展环境分析

第一节 智能音箱行业经济环境分析

第二节 智能音箱行业政策环境分析

第四章 智能音箱行业技术发展现状及趋势预测分析

第一节 当前中国智能音箱技术发展现状调研

第二节 中外智能音箱技术差距及产生差距的主要原因剖析

第三节 提高中国智能音箱技术的对策

第四节 中国智能音箱研发、设计发展趋势预测分析

第五章 中国智能音箱行业市场供需状况分析

第一节 2019年中国智能音箱行业市场状况分析

2015年国内京东率先发布国内首款智能音箱，此后，阿里巴巴和小米公司分别在2017年7月相继发布了“天猫精灵”和“小爱同学”两款智能音箱产品，接下来的2018年中，百度、腾讯、网易、华为等各大主要互联网平台企业与科技巨头也纷纷入局，“百箱大战”正式打响，智能音箱步入黄金发展期。

2019年我国智能音箱市场销量达3682.2万台，同比2018年增长126.6%，销售额达69.1亿元，同比增长89.3%。国内智能音箱市场呈现天猫精灵、百度、小米三足鼎立的市场格局，2019年三大品牌合计占据92.7%的市场份额，其中天猫精灵国内市场销量第一。

2017-2020年中国智能音箱市场销量

2017-2019年中国智能音箱市场销售额

第二节 中国智能音箱行业市场需求情况分析

一、2015-2019年智能音箱行业市场需求状况分析

二、2020-2025年智能音箱行业市场需求预测分析

第三节 中国智能音箱行业市场供给情况分析

一、2015-2019年智能音箱行业市场供给状况分析

二、2020-2025年智能音箱行业市场供给预测分析

第六章 智能音箱所属行业经济运行分析

第一节 2015-2019年智能音箱所属行业偿债能力分析

第二节 2015-2019年智能音箱所属行业盈利能力分析

第三节 2015-2019年智能音箱所属行业发展能力分析

第四节 2015-2019年智能音箱所属行业企业数量及变化趋势预测分析

第七章 2015-2019年中国智能音箱所属行业重点区域市场分析

第一节 华北地区市场规模分析

第二节 东北地区市场规模分析

第三节 华东地区市场规模分析

第四节 中南地区市场规模分析

第五节 西部地区市场规模分析

第八章 中国智能音箱行业产品价格监测

第一节 智能音箱市场价格特征

第二节 影响智能音箱市场价格因素分析

第三节 未来智能音箱市场价格走势预测分析

第九章 2015-2019年智能音箱行业上、下游市场分析

第一节 智能音箱行业上游

第二节 智能音箱行业下游

第十章 智能音箱行业重点企业发展调研

第一节 美律实业股份有限公司

- 一、企业概述
- 二、企业产品结构
- 三、企业经营状况分析
- 四、企业发展战略

第二节 国光电器股份有限公司

- 一、企业概述
- 二、企业产品结构
- 三、企业经营状况分析
- 四、企业发展战略

第三节 歌尔股份有限公司

- 一、企业概述
- 二、企业产品结构
- 三、企业经营状况分析
- 四、企业发展战略

第四节 奋达科技

- 一、企业概述
- 二、企业产品结构
- 三、企业经营状况分析
- 四、企业发展战略

第五节 佳禾智能科技股份

- 一、企业概述
- 二、企业产品结构
- 三、企业经营状况分析
- 四、企业发展战略

第六节 惠州迪芬尼声学科技股

- 一、企业概述
- 二、企业产品结构
- 三、企业经营状况分析
- 四、企业发展战

第十一章 智能音箱行业风险及对策

第一节 2020-2025年智能音箱行业发展环境分析

第二节 2020-2025年智能音箱行业壁垒分析

- 一、技术壁垒

二、品牌认知度壁垒

三、资金壁垒

第三节 2020-2025年智能音箱行业风险及对策

一、市场风险及对策

二、政策风险及对策

三、经营风险及对策

四、行业竞争风险及对

第十二章 智能音箱行业发展及竞争策略分析

第一节 2020-2025年智能音箱行业发展战略

一、技术开发战略（AK LF）

二、产业战略规划

三、业务组合战略

四、营销战略规划

五、区域战略规划

第二节 2020-2025年智能音箱企业竞争策略分析

一、提高中国智能音箱企业核心竞争力的对策

二、影响智能音箱企业核心竞争力的因素

三、提高智能音箱企业竞争力的策略

第三节 对中国智能音箱品牌的战略思考

一、智能音箱实施品牌战略的意义

二、中国智能音箱企业的品牌战略

三、智能音箱品牌战略管理的策略

详细请访问：<https://www.huaon.com/channel/video/605434.html>