

2020-2025年中国智能音箱行业发展趋势预测及投资规划研究报告

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发展趋势预测及投资规划研究报告》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/605440.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。

从全球范围来看，2019年亚马逊和谷歌依然是智能音箱市场的赢家，2019年第四季度智能音箱全球出货量分别达15.8百万台、13.9百万台，占比28.3%、24.9%，全年市场份额分别占比26.2%、25.9%，稳居第一、二名；中国品牌百度、阿里巴巴和小米依靠价格优势在出货量上占据优势，市场份额逐渐提升，2019年分别占比10.6%、9.8%和8.4%。

2019年Q4全球智能音箱市场份额占比

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 产业环境透视

第一章 中国智能音箱行业发展综述

第一节 智能音箱行业报告研究范围

一、智能音箱行业专业名词解释

二、智能音箱行业研究范围界定

三、智能音箱行业分析框架简介

四、智能音箱行业分析工具介绍

第二节 智能音箱行业定义及分类

一、智能音箱行业概念及定义

二、智能音箱行业主要产品分类

第三节 智能音箱行业产业链分析

一、智能音箱行业所处产业链简介

二、智能音箱行业产业链上游分析

三、智能音箱行业产业链下游分析

第二章 中国智能音箱行业发展环境分析

第一节 智能音箱行业政策环境分析

一、智能音箱行业监管体系

二、智能音箱行业产品规划

三、智能音箱行业布局规划

四、智能音箱行业企业规划

第二节 智能音箱行业经济环境分析

一、中国GDP增长状况分析

二、固定资产投资状况分析

第三节 智能音箱行业技术环境分析

一、智能音箱行业专利申请数分析

伴随着语音识别等技术以及智能家居行业的发展，从2014年起，国内智能音箱专利申请量呈现快速增长态势，至2018年中国智能音箱专利申请量达到622件，2019年专利申请量达432件。

2012-2019年中国智能音箱专利申请量

从专利申请类型来看，其中发明专利申请量达213件，占总申请量的49.4%；外观专利量和实用新型专利量分别占比26.9%、23.7%。与实用新型和外观设计相比，发明专利更能够体现公司的核心技术水平和创新能力，目前我国智能音箱领域，发明专利占比最大，但实用新型和外观专利也同样占据不少比重，可见我国相关企业在重视核心技术保护的同时，也注重产品结构上的改造及外观式样的创新。

2019年中国智能音箱专利申请类型分布

二、智能音箱行业专利申请人分析

三、智能音箱行业热门专利技术分析

第四节 智能音箱行业消费环境分析

一、智能音箱行业消费态度调查

二、智能音箱行业消费驱动分析

三、智能音箱行业消费需求特点

四、智能音箱行业消费群体分析

五、智能音箱行业消费行为分析

六、智能音箱行业消费关注点分析

七、智能音箱行业消费区域分析

第二部分 行业深度分析

第三章 中国智能音箱所属行业运行现状分析

第一节 中国智能音箱所属行业发展状况分析

一、中国智能音箱行业发展阶段

二、中国智能音箱行业发展概况及特点

三、中国智能音箱行业发展存在的问题

四、中国智能音箱行业商业模式分析

第二节 中国智能音箱所属行业市场运行现状分析

一、中国智能音箱行业市场规模

二、中国智能音箱产品结构分析

三、中国智能音箱行业产销分析

四、中国智能音箱行业利润总额分析

第三节 中国智能音箱企业发展分析

一、企业数量及增长分析

二、不同规模企业结构分析

三、不同所有制企业结构分析

第四节 中国智能音箱所属行业市场价格走势分析

一、智能音箱市场定价机制组成

二、智能音箱市场价格影响因素

三、2015-2019年智能音箱产品价格走势分析

四、2020-2025年智能音箱产品价格走势预测分析

第四章 中国智能音箱所属行业市场供需形势及进出口分析

第一节 中国智能音箱行业市场供需平衡分析

一、中国智能音箱行业市场供给分析

1、中国智能音箱产能分析

2、中国智能音箱产量分析

二、中国智能音箱行业市场需求分析

1、产品需求结构分析

2、地区需求差异分析

三、中国智能音箱行业市场供需平衡分析

第二节 中国智能音箱所属行业进出口分析

一、智能音箱所属行业出口市场分析

1、行业出口整体状况分析

2、行业出口总额分析

3、行业出口产品结构

二、智能音箱所属行业进口市场分析

1、行业进口整体状况分析

2、行业进口总额分析

3、行业进口产品结构

三、中国智能音箱出口面临的挑战及对策

四、智能音箱行业进出口前景及建

第三部分 市场全景调研

第五章 中国智能音箱行业营销趋势及策略分析

第一节 智能音箱行业销售渠道分析

一、营销分析与营销模式推荐

- 1、渠道构成
- 2、销售贡献比率
- 3、覆盖率
- 4、销售渠道效果
- 5、价值流程结构
- 6、渠道建设方向

二、智能音箱营销环境分析与评价

- 1、国际环境下的智能音箱
- 2、企事业需求下的智能音箱
- 3、中国智能音箱市场整体环境

三、销售渠道存在的主要问题

四、营销渠道发展趋势与策略

第二节 智能音箱行业营销策略分析

一、中国智能音箱营销概况

二、智能音箱营销策略探讨

- 1、中国智能音箱产品营销策略浅析
- 2、智能音箱新产品的市场推广策略
- 3、智能音箱细分产品营销策略分析

第三节 智能音箱营销的发展趋势预测分析

- 一、未来智能音箱市场营销的出路
- 二、中国智能音箱营销的趋势预测分析

第四节 智能音箱市场营销模式与面临的挑战

第四部分 竞争格局分析

第六章 2020-2025年智能音箱行业竞争形势及策略

第一节 行业总体市场竞争状况分析

一、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

二、智能音箱行业SWOT分析

1、智能音箱行业优势分析

2、智能音箱行业劣势分析

3、智能音箱行业机会分析

4、智能音箱行业威胁分析

第二节 智能音箱行业竞争格局分析

一、企业竞争格局分析

二、市场竞争格局分析

三、产品竞争格局分析

第三节 智能音箱行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、企业集中度分析

三、区域集中度分析

第七章 智能音箱行业领先企业经营形势分析

第一节 亚马逊卓越有限公司

一、企业发展概况

二、企业经营情况分析

三、企业智能音箱代表产品

四、企业销售渠道与网络

五、企业产品竞争优势分析

第二节 小米科技有限责任公司

一、企业发展概况

二、企业经营情况分析

三、企业智能音箱代表产品

四、企业销售渠道与网络

五、企业产品竞争优势分析

第三节 阿里巴巴（中国）有限公司

一、企业发展概况

二、企业经营情况分析

三、企业智能音箱代表产品

四、企业销售渠道与网络

五、企业产品竞争优势分析

第四节 北京小鱼儿网络科技有限公司

一、企业发展概况

二、企业经营情况分析

三、企业智能音箱代表产品

四、企业销售渠道与网络

五、企业产品竞争优势分析

第五节 北京灵隆科技有限公司

一、企业发展概况

二、企业经营情况分析

三、企业智能音箱代表产品

四、企业销售渠道与网络

五、企业产品竞争优势分析

第六节 华为技术有限公司

一、企业发展概况

二、企业经营情况分析

三、企业智能音箱代表产品

四、企业销售渠道与网络

五、企业产品竞争优势分析

第七节 北京搜诺思科技有限公司

一、企业发展概况

二、企业经营情况分析

三、企业智能音箱代表产品

四、企业销售渠道与网络

五、企业产品竞争优势分析

第八节 深圳市腾讯计算机系统有限公司

一、企业发展概况

二、企业经营情况分析

三、企业智能音箱代表产品

四、企业销售渠道与网络

五、企业产品竞争优势分析

第九节 北京猎豹网络科技有限公司

一、企业发展概况

二、企业经营情况分析

三、企业智能音箱代表产品

四、企业销售渠道与网络

五、企业产品竞争优势分析

第十节 上海证大喜马拉雅网络科技有限公司

- 一、企业发展概况
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业智能音箱代表产品
- 四、企业销售渠道与网络
- 五、企业产品竞争优势分析

第五部分 发展前景展望

第八章 2020-2025年智能音箱行业前景及趋势预测分析

第一节 2020-2025年智能音箱市场发展前景

- 一、2020-2025年智能音箱市场发展潜力
- 二、2020-2025年智能音箱市场发展前景展望
- 三、2020-2025年智能音箱细分行业发展前景预测

第二节 2020-2025年智能音箱市场发展趋势预测分析

- 一、2020-2025年智能音箱行业发展趋势预测分析
- 二、2020-2025年智能音箱行业应用趋势预测分析
- 三、2020-2025年细分市场发展趋势预测分析

第三节 2020-2025年中国智能音箱行业供需预测分析

- 一、2020-2025年中国智能音箱企业数量预测分析
- 二、2020-2025年中国智能音箱市场规模预测分析
- 三、2020-2025年中国智能音箱市场产销量预测分析
- 四、2020-2025年中国智能音箱市场需求预测分析
- 五、2020-2025年中国智能音箱行业供需平衡预测分析

第九章 2020-2025年智能音箱行业投资机会与风险防范

第一节 智能音箱行业投资特性分析

- 一、智能音箱行业进入壁垒分析
- 二、智能音箱行业盈利因素分析
- 三、智能音箱行业盈利模式分析

第二节 2020-2025年智能音箱行业投资机会

- 一、产业链投资机会
- 二、细分市场投资机会
- 三、重点区域投资机会
- 四、智能音箱行业投资机遇

第三节 2020-2025年智能音箱行业投资风险及防范

- 一、政策风险及防范
- 二、技术风险及防范

三、供求风险及防范

四、宏观经济波动风险及防范

五、关联产业风险及防范

六、产品结构风险及防范

七、其他风险及防范

第四节 中国智能音箱行业投资建议

一、智能音箱行业未来发展方向

二、智能音箱行业主要投资建议

三、中国智能音箱企业融资分析

1、中国智能音箱企业IPO融资分析

2、中国智能音箱企业再融资分析

第六部分 发展战略研究

第十章 智能音箱行业发展战略研究

第一节 对中国智能音箱品牌的战略思考

一、智能音箱品牌的重要性（AK LF）

二、智能音箱实施品牌战略的意义

三、智能音箱企业品牌的现状分析

四、中国智能音箱企业的品牌战略

五、智能音箱品牌战略管理的策略

第二节 智能音箱经营策略分析

一、智能音箱市场细分策略

二、智能音箱市场创新策略

三、品牌定位与品类规划

四、智能音箱新产品差异化战略

第三节 智能音箱行业投资战略研究

一、2019年智能音箱企业投资战略

二、2020-2025年智能音箱行业投资战略

三、2020-2025年细分行业投资战略

第四节 智能音箱行业投资建议

一、行业发展策略建议

二、行业投资方向建议

三、行业投资方式建议

图表目录：

图表 智能音箱行业生命周期

图表 智能音箱行业产业链结构

图表2015-2019年全球智能音箱行业市场规模
图表2015-2019年中国智能音箱行业市场规模
图表2015-2019年智能音箱行业重要数据指标比较
图表2015-2019年中国智能音箱市场占全球份额比较
图表2015-2019年智能音箱行业工业总产值
图表2015-2019年智能音箱行业销售收入
图表2015-2019年智能音箱行业利润总额
图表2015-2019年智能音箱行业资产总计
图表2015-2019年智能音箱行业负债总计
图表2015-2019年智能音箱行业竞争力分析
图表2015-2019年智能音箱市场价格走势
更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/channel/video/605440.html>