

2020-2026年中国智能音箱 行业发展趋势与前景趋势报告

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

《2020-2026年中国智能音箱行业发展趋势与前景趋势报告》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/202007/174247.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

智能音箱是在传统音箱基础上增加智能化的功能，主要体现在两方面，一、技术上具备WiFi连接功能，且可进行语音交互；二、功能上，可提供音乐、有声读物等内容服务、信息查询、外卖等互联网服务以及场景化智能家居控制能力。

2019年第一季度，全球智能音箱出货量预估达到920万台。其中，亚马逊稳居第一，出货量预计400万台，市场份额43.6%；谷歌紧随其后，预计出货量240万台，市场份额26.5%。较去年同期的30万台大增709%，但相比亚马逊来说，差距依然较大。

中国厂商阿里巴巴表现出色，天猫精灵第一季度预计出货量70万台，市场份额排名7.6%。2019年第一季度全球各品牌智能音箱出货量2019年第一季度全球各品牌智能音箱出货量市场份额

中企顾问网发布的《2020-2026年中国智能音箱行业发展趋势与前景趋势报告》共十二章。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：

第一部分行业发展环境

第一章 智能音箱行业发展综述

第一节 智能音箱的概念及分类

一、智能音箱的概念

二、智能音箱的分类

第二节 智能音箱行业特征分析

一、产业链分析

二、智能音箱行业在国民经济中的地位

三、智能音箱行业生命周期分析

第三节 智能音箱所属行业经济指标分析

- 一、赢利性
- 二、成长速度
- 三、附加值的提升空间
- 四、进入壁垒 / 退出机制
- 五、风险性
- 六、行业周期
- 七、竞争激烈程度指标

第二章 2015-2019年中国智能音箱所属行业运行环境分析

第一节 智能音箱行业政治法律环境分析

- 一、行业主要法律法规
- 二、中国智能音箱行业标准化体系建设分析

第二节 智能音箱行业经济环境分析

- 一、国际宏观经济形势分析
- 二、国内宏观经济形势分析
- 三、产业宏观经济环境分析

第三节 智能音箱行业社会环境分析

- 一、智能音箱产业社会环境
- 二、社会环境对行业的影响
- 三、智能音箱产业发展对社会发展的影响

第四节 智能音箱行业技术环境分析

- 一、智能音箱技术分析
- 二、智能音箱技术发展水平
- 三、行业主要技术发展趋势

第二部分市场发展形势

第三章智能音箱所属行业发展现状分析

第一节 全球智能音箱行业发展分析

- 一、全球智能音箱行业发展历程
- 二、全球智能音箱行业发展现状
- 三、全球智能音箱行业发展预测

第二节 中国智能音箱行业发展分析

一、2015-2019年中国智能音箱行业发展态势分析

二、2015-2019年中国智能音箱行业发展特点分析

三、2015-2019年中国智能音箱行业市场供需分析

第三节 中国智能音箱产业特征与行业重要性

第四节 智能音箱行业特性分析

第四章 2015-2019年中国智能音箱所属行业运行分析

第一节 智能音箱行业发展状况分析

一、智能音箱行业发展阶段

二、智能音箱行业发展总体概况

三、智能音箱行业发展特点分析

第二节 智能音箱行业市场分析

一、智能音箱行业发展特点

二、智能音箱行业市场规模

随着在消费升级的背景下，人民日益增长的对美好家庭生活的需求和科技进步的一次碰撞。

智能音箱的音乐、交互和家居属性促使其成为切入点。

2017年中国智能音箱市场规模将达到2亿元，增长率为46.8%;预计到2020年，智能音箱销售规模将超过10亿元。随着产品进一步优化升级及智能家居的推广，中国智能音箱消费市场潜力将得到释放，行业有望迎来爆发式增长。2016-2020年中国智能音箱市场规模及增长率走势

三、智能音箱行业市场需求趋势

第三节 智能音箱行业进出口市场分析

第五章 智能音箱国内产品价格走势及影响因素分析

第一节 国内产品2015-2019年价格回顾

第二节 国内产品当前市场价格及评述

第三节 国内产品价格影响因素分析

第四节 2020-2026年国内产品未来价格走势预测

第六章 中国智能音箱行业产业链分析

第一节 智能音箱行业产业链分析

一、产业链结构分析

二、主要环节的增值空间

三、与上下游行业之间的关联性

第二节 智能音箱行业上游市场分析

第三节 智能音箱行业下游市场分析

第三部分行业竞争分析

第七章 2019年中国智能音箱行业竞争形势及策略

第一节 智能音箱行业竞争格局综述

一、智能音箱行业竞争概况

二、智能音箱市场进入及竞争对手分析

第二节 中国智能音箱行业竞争力分析

一、中国智能音箱行业竞争力剖析

二、中国智能音箱企业市场竞争的优势

三、国内智能音箱企业竞争能力提升途径

第三节 智能音箱市场竞争策略分析

第八章中国智能音箱行业主要企业发展概述

第一节 京东集团

一、企业概况

二、优势分析

三、产品/服务特色

四、经营状况

五、企业发展规划

第二节 亚马逊

一、企业概况

二、优势分析

三、产品/服务特色

四、经营状况

五、企业发展规划

第三节 阿里集团

一、企业概况

二、优势分析

三、产品/服务特色

四、经营状况

五、企业发展规划

第四节 小米科技有限责任公司

一、企业概况

二、优势分析

三、产品/服务特色

四、经营状况

五、企业发展规划

第五节 深圳市盛天龙视听科技有限公司

一、企业概况

二、优势分析

三、产品/服务特色

四、经营状况

五、企业发展规划

第六节 科大讯飞

一、企业概况

二、优势分析

三、产品/服务特色

四、经营状况

五、企业发展规划

第七节 上海证大喜马拉雅网络科技有限公司

一、企业概况

二、优势分析

三、产品/服务特色

四、经营状况

五、企业发展规划

第八节 深圳拓邦股份有限公司

一、企业概况

二、优势分析

三、产品/服务特色

四、经营状况

五、企业发展规划

第四部分行业前景预测

第九章 2020-2026年智能音箱行业投资前景

第一节 2020-2026年智能音箱市场发展前景

- 一、2020-2026年智能音箱市场发展潜力
- 二、2020-2026年智能音箱市场发展前景展望
- 三、2020-2026年智能音箱细分行业发展前景分析

第二节 2020-2026年智能音箱市场发展趋势预测

- 一、2020-2026年智能音箱行业发展趋势
- 二、2020-2026年智能音箱市场规模预测
- 三、2020-2026年智能音箱行业应用趋势预测
- 四、2020-2026年细分市场发展趋势预测

第三节 2020-2026年中国智能音箱行业供需预测

- 一、2020-2026年中国智能音箱行业供给预测
- 二、2020-2026年中国智能音箱行业需求预测
- 三、2020-2026年中国智能音箱供需平衡预测

第四节 影响企业生产与经营的关键趋势

- 一、市场整合成长趋势
- 二、需求变化趋势及新的商业机遇预测
- 三、企业区域市场拓展的趋势
- 四、科研开发趋势及替代技术进展
- 五、影响企业销售与服务方式的关键趋势

第十章 2020-2026年智能音箱行业投资机会与风险

第一节 智能音箱行业投融资情况

- 一、行业资金渠道分析
- 二、固定资产投资分析
- 三、兼并重组情况分析

第二节 2020-2026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

第三节 2020-2026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

第五部分 行业发展战略

第十一章 智能音箱行业投资战略研究

第一节 智能音箱行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第二节 对我国智能音箱品牌的战略思考

一、智能音箱品牌的重要性

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、我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

第三节 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

第四节 智能音箱行业投资战略研究

- 一、2019年智能音箱行业投资战略
- 二、2020-2026年智能音箱行业投资战略
- 三、2020-2026年细分行业投资战略

第十二章研究结论及投资建议()

第一节 智能音箱行业研究结论

第二节 智能音箱行业投资价值评估

第三节 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：2015-2019年中国国内生产总值增长速度
- 图表：2015-2019年中国居民消费价格上涨情况
- 图表：2016年年末人口数及其构成
- 图表：中国城镇化率发展趋势
- 图表：2014-2019年中国智能音箱行业企业数量分析
- 图表：2014-2019年中国智能音箱行业资产规模分析
- 图表：2014-2019年中国智能音箱行业销售规模分析
- 图表：2014-2019年中国智能音箱行业利润规模分析
- 图表：2014-2019年中国智能音箱行业财务费用分析
- 图表：2014-2019年中国智能音箱行业盈利能力分析
- 图表：2014-2019年中国智能音箱行业偿债能力分析
- 图表：2014-2019年中国智能音箱行业运营能力分析
- 图表：2014-2019年中国智能音箱行业成长能力分析
- 图表：2020-2026年中国智能音箱行业市场规模预测

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202007/174247.html>