

# 中国智能音箱行业发展深度分析与投资前景研究报告（2023-2030年）

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《中国智能音箱行业发展深度分析与投资前景研究报告（2023-2030年）》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：**<http://www.chinabaogao.com/baogao/202310/667891.html>

**报告价格：**电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

**订购电话：**400-007-6266 010-86223221

**电子邮箱：**sale@chinabaogao.com

**联系人：**客服

**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

### 1、智能音箱概述

智能音箱，是音箱升级的产物，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。

智能音箱的优点

资料来源：观研天下整理

### 2、智能音箱行业销售量下降

目前，我国智能音箱行业整体渗透率极高，但随着红利逐渐消退，市场销售量呈下降趋势。根据数据显示，2022年，我国智能音箱市场销量为2631万台，同比下降28%。

数据来源：观研天下整理

### 3、智能音箱行业销售额延续下降趋势

同时，由于智能音箱产品同质化严重和消费者需求下降等因素影响，行业零售额降幅显著。根据数据显示，2022年，中国智能音箱行业市场销售额为75.3亿元，同比下降25%。

数据来源：观研天下整理

### 4、无屏音箱占据主要市场，但屏幕音箱增速较快

从细分市场来看，目前，我国智能音箱行业主要以无屏智能音箱为主，2022年市场份额达60.3%；而带屏智能音箱是触屏与语音交互模式的结合，因可以大大增强人机互动性，所以市场份额有所提升，占比为39.7%。

数据来源：观研天下整理

### 5、屏幕音箱综合性较弱，大尺寸屏幕有望成为未来趋势

具体对屏幕音箱进行分析，屏幕音箱综合性较弱，在产品形态方面，屏幕音箱既像小型智能电视又像平板电脑；在产品体验方面，主流带屏智能音箱的显示效果、信息量远不及电视，在软件生态上无法与平板电脑相比。

目前，8英寸仍然是屏幕音箱市场的主流尺寸，2022年份额占比达到35.0%，与去年相比下降1.7个百分点，而10英寸及以上产品份额达到17.9%，较去年增长3.6个百分点，主要得益于部分企业开发出大屏幕音箱，如百度发布15.6英寸的自由屏、天猫精灵推出一款配备21.5英寸屏幕的歌词音箱。

数据来源：观研天下整理

## 6、高音质是未来智能音箱行业确定性增长点

长远来看，智能音箱终究回归“音箱”属性，并且这一趋势已经开始出现，像华为、天猫精灵、哈曼卡顿、马歇尔等音箱厂商开始布局，高音质则是智能音箱市场新增长点。根据数据显示，2022年，我国在售机型数量达到25个，年度新品中有6款为高音质音箱；2022年高音质音箱销量占比达到3.7%，较去年上涨1.5个百分点。（WYD）

注：上述信息仅供参考，具体内容请以报告正文为准。

观研报告网发布的《中国智能音箱行业发展深度分析与投资前景研究报告（2023-2030年）》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，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。

行业报告是业内企业、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。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

### 【目录大纲】

## 第一章 2019-2023年中国智能音箱行业发展概述

### 第一节智能音箱行业发展情况概述

#### 一、智能音箱行业相关定义

#### 二、智能音箱特点分析

#### 三、智能音箱行业基本情况介绍

#### 四、智能音箱行业经营模式

##### 1、生产模式

##### 2、采购模式

##### 3、销售/服务模式

#### 五、智能音箱行业需求主体分析

### 第二节中国智能音箱行业生命周期分析

#### 一、智能音箱行业生命周期理论概述

#### 二、智能音箱行业所属的生命周期分析

### 第三节智能音箱行业经济指标分析

- 一、智能音箱行业的赢利性分析
- 二、智能音箱行业的经济周期分析
- 三、智能音箱行业附加值的提升空间分析

## 第二章 2019-2023年全球智能音箱行业市场发展现状分析

### 第一节全球智能音箱行业发展历程回顾

### 第二节全球智能音箱行业市场规模与区域分布情况

### 第三节亚洲智能音箱行业地区市场分析

- 一、亚洲智能音箱行业市场现状分析
- 二、亚洲智能音箱行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲智能音箱行业市场前景分析

### 第四节北美智能音箱行业地区市场分析

- 一、北美智能音箱行业市场现状分析
- 二、北美智能音箱行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美智能音箱行业市场前景分析

### 第五节欧洲智能音箱行业地区市场分析

- 一、欧洲智能音箱行业市场现状分析
- 二、欧洲智能音箱行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧洲智能音箱行业市场前景分析

### 第六节 2023-2030年世界智能音箱行业分布走势预测

### 第七节 2023-2030年全球智能音箱行业市场规模预测

## 第三章 中国智能音箱行业产业发展环境分析

### 第一节我国宏观经济环境分析

### 第二节我国宏观经济环境对智能音箱行业的影响分析

### 第三节中国智能音箱行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状
- 二、行业主要政策法规
- 三、主要行业标准

### 第四节政策环境对智能音箱行业的影响分析

### 第五节中国智能音箱行业产业社会环境分析

## 第四章 中国智能音箱行业运行情况

### 第一节中国智能音箱行业发展状况情况介绍

## 一、行业发展历程回顾

## 二、行业创新情况分析

## 三、行业发展特点分析

### 第二节中国智能音箱行业市场规模分析

#### 一、影响中国智能音箱行业市场规模的因素

#### 二、中国智能音箱行业市场规模

#### 三、中国智能音箱行业市场规模解析

### 第三节中国智能音箱行业供应情况分析

#### 一、中国智能音箱行业供应规模

#### 二、中国智能音箱行业供应特点

### 第四节中国智能音箱行业需求情况分析

#### 一、中国智能音箱行业需求规模

#### 二、中国智能音箱行业需求特点

### 第五节中国智能音箱行业供需平衡分析

## 第五章 中国智能音箱行业产业链和细分市场分析

### 第一节中国智能音箱行业产业链综述

#### 一、产业链模型原理介绍

#### 二、产业链运行机制

#### 三、智能音箱行业产业链图解

### 第二节中国智能音箱行业产业链环节分析

#### 一、上游产业发展现状

#### 二、上游产业对智能音箱行业的影响分析

#### 三、下游产业发展现状

#### 四、下游产业对智能音箱行业的影响分析

### 第三节我国智能音箱行业细分市场分析

#### 一、细分市场一

#### 二、细分市场二

## 第六章 2019-2023年中国智能音箱行业市场竞争分析

### 第一节中国智能音箱行业竞争现状分析

#### 一、中国智能音箱行业竞争格局分析

#### 二、中国智能音箱行业主要品牌分析

### 第二节中国智能音箱行业集中度分析

#### 一、中国智能音箱行业市场集中度影响因素分析

## 二、中国智能音箱行业市场集中度分析

### 第三节中国智能音箱行业竞争特征分析

- 一、企业区域分布特征
- 二、企业规模分布特征
- 三、企业所有制分布特征

## 第七章 2019-2023年中国智能音箱行业模型分析

### 第一节中国智能音箱行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、波特五力模型原理
- 二、供应商议价能力
- 三、购买者议价能力
- 四、新进入者威胁
- 五、替代品威胁
- 六、同业竞争程度
- 七、波特五力模型分析结论

### 第二节中国智能音箱行业SWOT分析

- 一、SOWT模型概述
- 二、行业优势分析
- 三、行业劣势
- 四、行业机会
- 五、行业威胁
- 六、中国智能音箱行业SWOT分析结论

### 第三节中国智能音箱行业竞争环境分析（PEST）

- 一、PEST模型概述
- 二、政策因素
- 三、经济因素
- 四、社会因素
- 五、技术因素
- 六、PEST模型分析结论

## 第八章 2019-2023年中国智能音箱行业需求特点与动态分析

### 第一节中国智能音箱行业市场动态情况

### 第二节中国智能音箱行业消费市场特点分析

- 一、需求偏好
- 二、价格偏好

### 三、品牌偏好

### 四、其他偏好

## 第三节智能音箱行业成本结构分析

## 第四节智能音箱行业价格影响因素分析

### 一、供需因素

### 二、成本因素

### 三、其他因素

## 第五节中国智能音箱行业价格现状分析

## 第六节中国智能音箱行业平均价格走势预测

### 一、中国智能音箱行业平均价格趋势分析

### 二、中国智能音箱行业平均价格变动的影响因素

## 第九章 中国智能音箱行业所属行业运行数据监测

### 第一节中国智能音箱行业所属行业总体规模分析

#### 一、企业数量结构分析

#### 二、行业资产规模分析

### 第二节中国智能音箱行业所属行业产销与费用分析

#### 一、流动资产

#### 二、销售收入分析

#### 三、负债分析

#### 四、利润规模分析

#### 五、产值分析

### 第三节中国智能音箱行业所属行业财务指标分析

#### 一、行业盈利能力分析

#### 二、行业偿债能力分析

#### 三、行业营运能力分析

#### 四、行业发展能力分析

## 第十章 2019-2023年中国智能音箱行业区域市场现状分析

### 第一节中国智能音箱行业区域市场规模分析

#### 一、影响智能音箱行业区域市场分布的因素

#### 二、中国智能音箱行业区域市场分布

### 第二节中国华东地区智能音箱行业市场分析

#### 一、华东地区概述

#### 二、华东地区经济环境分析



### 三、华东地区智能音箱行业市场分析

- (1) 华东地区智能音箱行业市场规模
- (2) 华南地区智能音箱行业市场现状
- (3) 华东地区智能音箱行业市场规模预测

### 第三节华中地区市场分析

#### 一、华中地区概述

#### 二、华中地区经济环境分析

#### 三、华中地区智能音箱行业市场分析

- (1) 华中地区智能音箱行业市场规模
- (2) 华中地区智能音箱行业市场现状
- (3) 华中地区智能音箱行业市场规模预测

### 第四节华南地区市场分析

#### 一、华南地区概述

#### 二、华南地区经济环境分析

#### 三、华南地区智能音箱行业市场分析

- (1) 华南地区智能音箱行业市场规模
- (2) 华南地区智能音箱行业市场现状
- (3) 华南地区智能音箱行业市场规模预测

### 第五节华北地区智能音箱行业市场分析

#### 一、华北地区概述

#### 二、华北地区经济环境分析

#### 三、华北地区智能音箱行业市场分析

- (1) 华北地区智能音箱行业市场规模
- (2) 华北地区智能音箱行业市场现状
- (3) 华北地区智能音箱行业市场规模预测

### 第六节东北地区市场分析

#### 一、东北地区概述

#### 二、东北地区经济环境分析

#### 三、东北地区智能音箱行业市场分析

- (1) 东北地区智能音箱行业市场规模
- (2) 东北地区智能音箱行业市场现状
- (3) 东北地区智能音箱行业市场规模预测

### 第七节西南地区市场分析

#### 一、西南地区概述

#### 二、西南地区经济环境分析

### 三、西南地区智能音箱行业市场分析

- (1) 西南地区智能音箱行业市场规模
- (2) 西南地区智能音箱行业市场现状
- (3) 西南地区智能音箱行业市场规模预测

### 第八节西北地区市场分析

#### 一、西北地区概述

#### 二、西北地区经济环境分析

#### 三、西北地区智能音箱行业市场分析

- (1) 西北地区智能音箱行业市场规模
- (2) 西北地区智能音箱行业市场现状
- (3) 西北地区智能音箱行业市场规模预测

## 第十一章 智能音箱行业企业分析（随数据更新有调整）

### 第一节企业

#### 一、企业概况

#### 二、主营产品

#### 三、运营情况

##### 1、主要经济指标情况

##### 2、企业盈利能力分析

##### 3、企业偿债能力分析

##### 4、企业运营能力分析

##### 5、企业成长能力分析

#### 四、公司优势分析

### 第二节企业

#### 一、企业概况

#### 二、主营产品

#### 三、运营情况

#### 四、公司优劣势分析

### 第三节 企业

#### 一、企业概况

#### 二、主营产品

#### 三、运营情况

#### 四、公司优势分析

### 第四节 企业

#### 一、企业概况

## 二、主营产品

## 三、运营情况

## 四、公司优势分析

### 第五节 企业

#### 一、企业概况

#### 二、主营产品

#### 三、运营情况

#### 四、公司优势分析

### 第六节 企业

#### 一、企业概况

#### 二、主营产品

#### 三、运营情况

#### 四、公司优势分析

### 第七节 企业

#### 一、企业概况

#### 二、主营产品

#### 三、运营情况

#### 四、公司优势分析

### 第八节 企业

#### 一、企业概况

#### 二、主营产品

#### 三、运营情况

#### 四、公司优势分析

### 第九节 企业

#### 一、企业概况

#### 二、主营产品

#### 三、运营情况

#### 四、公司优势分析

### 第十节 企业

#### 一、企业概况

#### 二、主营产品

#### 三、运营情况

#### 四、公司优势分析

## 第十二章 2023-2030年中国智能音箱行业发展前景分析与预测

## 第一节中国智能音箱行业未来发展前景分析

### 一、智能音箱行业国内投资环境分析

### 二、中国智能音箱行业市场机会分析

### 三、中国智能音箱行业投资增速预测

## 第二节中国智能音箱行业未来发展趋势预测

## 第三节中国智能音箱行业规模发展预测

### 一、中国智能音箱行业市场规模预测

### 二、中国智能音箱行业市场规模增速预测

### 三、中国智能音箱行业产值规模预测

### 四、中国智能音箱行业产值增速预测

### 五、中国智能音箱行业供需情况预测

## 第四节中国智能音箱行业盈利走势预测

## 第十三章 2023-2030年中国智能音箱行业进入壁垒与投资风险分析

## 第一节中国智能音箱行业进入壁垒分析

### 一、智能音箱行业资金壁垒分析

### 二、智能音箱行业技术壁垒分析

### 三、智能音箱行业人才壁垒分析

### 四、智能音箱行业品牌壁垒分析

### 五、智能音箱行业其他壁垒分析

## 第二节智能音箱行业风险分析

### 一、智能音箱行业宏观环境风险

### 二、智能音箱行业技术风险

### 三、智能音箱行业竞争风险

### 四、智能音箱行业其他风险

## 第三节中国智能音箱行业存在的问题

## 第四节中国智能音箱行业解决问题的策略分析

## 第十四章 2023-2030年中国智能音箱行业研究结论及投资建议

## 第一节观研天下中国智能音箱行业研究综述

### 一、行业投资价值

### 二、行业风险评估

## 第二节中国智能音箱行业进入策略分析

### 一、行业目标客户群体

### 二、细分市场选择

### 三、区域市场的选择

#### 第三节 智能音箱行业营销策略分析

##### 一、智能音箱行业产品策略

##### 二、智能音箱行业定价策略

##### 三、智能音箱行业渠道策略

##### 四、智能音箱行业促销策略

#### 第四节 观研天下分析师投资建议

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202310/667891.html>