2026-2031年中国智能音箱行业市场前景预测与投资战略规划分析报告

目 录

CONTENTS

第1章：智能音箱行业界定及发展环境剖析

1.1 智能音箱行业界定及统计说明

1.1.1 音箱的界定及分类

（1）音箱的定义

（2）音箱主要分类

1.1.2 智能音箱的界定与分类

（1）产品界定

（2）智能音箱与蓝牙音箱的对比

（3）智能音箱的相关分类

1.1.3 智能音箱的主要功能

1.1.4 行业所属国民经济行业分类与代码

1.1.5 本报告行业研究范围的界定说明

1.1.6 本报告的数据来源及统计口径说明

1.2 中国智能音箱行业政策环境

1.2.1 行业监管体系及机构介绍

1.2.2 行业标准体系建设现状

1.2.3 行业发展相关政策规划汇总及解读

1.2.4 政策环境对行业发展的影响分析

（1）智能家居行业相关政策发展影响

（2）人工智能行业相关政策发展影响

（3）文化和音频行业相关政策发展影响

1.3 中国智能音箱行业经济环境

1.3.1 宏观经济发展现状

1.3.2 宏观经济发展展望

1.3.3 经济环境对行业发展的影响分析

1.4 中国智能音箱行业社会环境

1.4.1 中国人口规模及结构分析

（1）人口规模

（2）人口结构

1.4.2 中国居民收支水平与结构

（1）居民收入水平

（2）居民消费支出水平

（3）居民消费支出结构

（4）居民消费习惯转变情况

1.4.3 中国消费升级趋势演变

（1）消费升级演进趋势

（2）消费升级指数

1.4.4 中国智能家居行业发展概况

（1）出货量

（2）市场规模

1.4.5 社会环境对行业发展的影响

1.5 中国智能音箱行业技术环境

1.5.1 智能音箱技术原理分析

（1）智能音箱提供内容和服务的工作原理

（2）智能音箱控制智能家居的工作原理

1.5.2 智能音箱核心技术分析

（1）芯片技术

（2）麦克风阵列技术

（3）智能语音技术

1.5.3 中国智能音箱行业相关专利申请及公开情况

（1）行业专利申请数量

（2）行业专利公开数量
（3）技术领先企业分析
（4）行业热门技术分析
1.5.4 中国智能音箱行业的产品设计发展趋势
（1）技术净值决定市场接受度
（2）产品矩阵化的不断优化
（3）内容资源的合纵连横，生态构建更加优化
（4）多种技术融合发展
1.5.5 技术环境对行业发展的影响分析
第2章：全球智能音箱行业发展趋势及前景预测
2.1 全球智能音箱发展环境及市场现状
2.1.1 全球智能音箱行业发展历程
2.1.2 全球智能音箱行业供需状况
（1）出货量
（2）保有量
（3）收入规模
2.2 全球智能音箱行业区域发展格局及代表性区域市场研究
2.2.1 全球智能音箱行业区域发展格局
2.2.2 全球智能音箱行业代表性区域市场研究
（1）日本智能音箱行业发展概况
（2）美国智能音箱行业发展概况
（3）英国智能音箱行业发展概况
2.3 全球智能音箱行业竞争格局及代表性企业案例研究
2.3.1 全球智能音箱行业市场竞争格局
2.3.2 全球智能音箱行业代表性企业布局案例
（1）亚马逊
（2）谷歌
（3）苹果
2.4 全球智能音箱行业发展趋势及市场前景预测
2.4.1 全球智能音箱行业发展趋势
2.4.2 全球智能音箱行业前景预测
第3章：中国智能音箱行业发展现状与市场痛点分析
3.1 中国音箱及智能音箱的发展历程
3.2 中国智能音箱行业市场供给分析
3.2.1 中国智能音箱行业市场参与者类型
3.2.2 中国智能音箱行业出货量
3.2.3 中国屏幕音箱出货量变化趋势
3.3 中国智能音箱行业市场需求分析
3.3.1 中国智能音箱市场渗透率
3.3.2 中国智能音箱用户规模分析
3.3.3 中国智能音箱销量与销售额统计
3.3.4 中国智能音箱市场价格分布分析
3.3.5 中国智能音箱消费特征分析
（1）使用频率分析
（2）使用痛点分析
（3）复购趋势分析
3.4 中国智能音箱行业市场痛点分析
第4章：中国智能音箱行业竞争状态及市场格局分析
4.1 智能音箱行业波特五力模型分析
4.1.1 行业现有竞争者分析
4.1.2 行业潜在进入者威胁
4.1.3 行业替代品威胁分析
4.1.4 行业供应商议价能力分析
4.1.5 行业购买者议价能力分析
4.1.6 行业竞争情况总结
4.2 智能音箱行业投融资市场分析
4.3 智能音箱行业市场竞争格局与市场集中度分析
4.3.1 中国智能音箱行业市场竞争格局
4.3.2 中国屏幕音箱细分市场竞争格局

4.3.3 中国智能音箱行业市场集中度分析
4.4 智能音箱行业区域发展格局及重点区域市场解析
4.4.1 中国智能音箱行业区域发展格局
4.4.2 中国智能音箱行业需求市场格局
第5章：中国智能音箱产业链梳理及全景深度解析
5.1 智能音箱产业链梳理及成本结构分析
5.1.1 智能音箱的组成结构
5.1.2 智能音箱产业链结构梳理
5.1.3 智能音箱产业链生态图谱
5.1.4 智能音箱的成本结构
5.2 智能音箱行业上游硬件供应市场分析
5.2.1 智能音箱上游硬件供应市场概况
5.2.2 智能音箱芯片
（1）芯片搭载情况
（2）竞争格局
（3）发展趋势
5.2.3 MEMS麦克风
（1）工作原理
（2）主要优势
（3）市场规模
（4）竞争格局
5.2.4 智能音箱扬声器
（1）工作原理
（2）需求规模
（3）竞争格局
5.3 智能音箱行业软件及内容服务市场与销售渠道分析
5.3.1 智能音箱行业软件服务技术分析
（1）麦克风阵列技术
（2）语音识别技术
5.3.2 智能音箱行业内容服务供应商分析
5.4 智能音箱行业下游销售渠道及应用场景分析
5.4.1 智能音箱行业销售渠道分析
5.4.2 智能音箱行业下游用户画像分析
（1）用户画像
（2）年龄结构
（3）核心需求
5.4.3 智能音箱行业下游应用场景分布
5.4.4 智能音箱行业下游应用需求潜力
（1）应用场景发展趋势
（2）应用场景需求潜力
第6章：中国智能音箱行业代表性企业发展布局案例研究
6.1 中国智能音箱行业代表性企业发展布局对比
6.2 中国智能音箱行业代表性企业发展布局案例——互联网科技及IT巨头
6.2.1 阿里巴巴网络技术有限公司
（1）企业发展历程及基本信息
（2）企业运营现状
（3）企业智能音箱业务布局-天猫精灵
（4）企业发展智能音箱业务的优劣势分析
6.2.2 百度在线网络技术（北京）有限公司
（1）企业基本信息简介
（2）企业运营现状
（3）企业智能音箱业务布局
（4）企业发展智能音箱业务的优劣势分析
6.2.3 北京小米科技有限责任公司
（1）企业发展历程及基本信息
（2）企业整体经营效益
（3）企业整体业务架构及销售网络
（4）企业智能音箱业务布局
（5）企业发展智能音箱业务的优劣势分析

6.3 智能音箱领先企业分析——传统音箱厂商
6.3.1 深圳市漫步者科技股份有限公司
（1）企业基本信息简介
（2）企业运营现状分析
（3）企业智能音箱业务布局
（4）企业研发投入情况分析
（5）企业发展智能音箱业务的优劣势分析
6.3.2 深圳万德仕科技发展有限公司-DOSS
（1）企业发展历程及基本信息
（2）企业整体业务架构分析
（3）企业智能音箱业务布局
（4）企业发展智能音箱业务的优劣势分析
6.4 智能音箱领先企业分析——内容服务商
6.4.1 上海喜马拉雅科技有限公司 -小雅
（1）企业基本信息简介
（2）喜马拉雅内容生态模式
（3）企业智能音箱业务布局
（4）企业发展智能音箱业务的优劣势分析
6.5 智能音箱领先企业分析——技术供应商
6.5.1 出门问问-TicHome
（1）企业基本信息简介
（2）企业整体业务架构
（3）企业智能音箱业务布局
（4）企业发展智能音箱业务的优劣势分析
6.5.2 科大讯飞-叮咚
（1）企业发展历程及基本信息
（2）企业运营现状
（3）企业智能音箱业务布局
（4）企业发展智能音箱业务的优劣势分析
第7章：中国智能音箱行业市场前瞻及投资策略建议
7.1 中国智能音箱行业发展潜力综合评估
7.1.1 中国智能音箱行业发展现状总结
7.1.2 中国智能音箱行业所处生命周期阶段
7.1.3 中国智能音箱行业影响因素总结
（1）驱动因素分析
（2）制约因素分析
7.1.4 “后疫情时代”中国智能音箱行业发展特点
7.1.5 中国智能音箱行业发展潜力评估
7.2 中国智能音箱行业发展前景与趋势预测
7.2.1 中国智能音箱行业发展前景预测
7.2.2 中国智能音箱行业发展趋势预判
7.3 中国智能音箱行业投资机会与策略分析
7.3.1 中国智能音箱行业投资机会与策略分析
7.3.2 中国智能音箱行业投资策略与建议
7.3.3 中国智能音箱行业投资风险预警
7.4 中国智能音箱行业可持续发展建议

图表目录

图表1：从传统音箱到智能音箱功能的改变
图表2：智能音箱比传统蓝牙音箱性能对比
图表3：智能音箱按上网方式划分分类
图表4：智能音箱按上网方式划分分类
图表5：智能音箱提供的主要功能分布
图表6：智能音箱行业所属的国民经济分类
图表7：本报告的主要数据来源及统计标准说明

图表8：截至2025年智能音箱行业标准汇总
图表9：截至2025年智能音箱行业相关发展政策汇总
图表10：2012-2025年我国GDP增长情况及同比增长率（单位：万亿元，%）
图表11：2020-2025年全球主要经济体经济增速情况（单位：%）
图表12：2015-2025年中国人口数量及增长情况（单位：万人，%）
图表13：2025年中国大陆人口数及其构成（单位：万人，%）
图表14：2015-2025年中国城镇居民和农村居民人均可支配收入情况（单位：万元，%）
图表15：2018-2025年中国居民人均消费支出额（单位：元）
图表16：2020-2025年居民消费支出结构变化情况（单位：%）
图表17：居民消费习惯转变情况
图表18：中国消费升级演进趋势
图表19：2018-2025年全国居民消费升级综合指数走势图
图表20：2021-2025年中国智能家居出货量（单位：亿台，%）
图表21：2019-2025年中国智能家居市场规模及其预测（单位：亿元）
图表22：社会环境对智能音箱行业发展的影响分析
图表23：2018-2025年中国智能音箱相关专利申请数量量变化图（单位：项）
图表24：2018-2025年中国智能音箱相关专利公开数量变化图（单位：项）
图表25：截至2025年智能音箱相关专利申请人Top10（单位：项，%）
图表26：截至2025年智能音箱相关专利分布领域（前十位）（单位：项，%）
图表27：全球主要智能音箱发布时间
图表28：2020-2025年全球智能音箱出货量增长情况（单位：百万台，%）
图表29：2026-2031年全球智能音箱保有量增长情况（单位：亿台，%）
图表30：2026-2031年全球智能音箱供应市场收入及预测（单位：十亿美元）
图表31：2021-2025年全球主要国家智能音箱用户渗透率情况（单位： %）
图表32：2025年全球各国家使用最多的智能音箱品牌（单位：%）
图表33：2026-2031年日本智能音箱市场规模及预测（单位：亿日元）
图表34：2026-2031年日本家庭智能音箱渗透率（单位：%）
图表35：日本智能音箱应用场景及产业链公司图谱
图表36：2021-2025年美国智能音箱用户数量及预测（单位：万人）
图表37：2026-2031年美国智能音箱渗透率变化趋势（单位：%）
图表38：2025年美国智能音箱市场竞争格局预测（单位：%）
图表39：2021-2025年英国智能音箱用户规模（单位：万人）
图表40：2021-2025年英国智能音箱渗透率（单位：%）
图表41：2021-2025年英国智能音箱市场竞争格局（单位：%）
图表42：2025年英国消费者智能音箱品牌使用情况（单位：%）
图表43：2021-2025年四季度全球智能音箱主要品牌出货量及其占比（单位： 百万台，%）
图表44：2025年全球智能音箱主要品牌出货量占比（单位：%）
图表45：亚马逊平台简介
图表46：2020-2025年亚马逊营收及利润情况（单位：亿美元）
图表47：2025年亚马逊营收业务构成（单位：亿美元，%）
图表48：亚马逊智能音箱Echo生态
图表49：亚马逊智能音箱Echo生态
图表50：2021-2025年亚马逊智能音箱出货量及全球占比（单位：百万台，%）
图表51：亚马逊在中国业务发展历程
图表52：Google公司业务架构
图表53：2020-2025年Alphabet经营业绩情况（单位：亿美元）
图表54：2020-2025年Alphabet经营业绩情况（单位：亿美元）
图表55：Google Home智能音箱产品示意图
图表56：2021-2025年谷歌智能音箱出货量及全球占比（单位：百万台，%）
图表57：Google在AI方面相关发展布局
图表58：2020-2025年财年苹果总收入与净利润情况（单位：亿美元）
图表59：苹果HomePod智能音箱
图表60：苹果HomePod智能音箱产品特点
图表61：2021-2025年苹果智能音箱出货量及全球占比（单位：百万台，%）
图表62：全球智能音箱行业发展趋势分析
图表63：2026-2031年全球智能音箱出货量预测（单位：亿台）
图表64：中国智能音箱行业发展历程
图表65：智能音箱行业市场参与者的类型
图表66：2021-2025年中国智能音箱出货量变化趋势图（单位：百万台）

图表67：2021-2025年中国屏幕音箱占智能音箱市场份额变化情况（单位：%）
图表68：2021-2025年中国智能音箱渗透情况（单位：%）
图表69：2021-2025年中国智能音箱用户数量及网民规模（单位：万人）
图表70：2021-2025年中国智能音箱市场销量、销售额统计情况及预测（单位：万台，亿元）
图表71：国内外主要智能音箱品牌售价
图表72：消费者对智能音箱的使用频率分析
图表73：消费者对智能音箱主要使用痛点分析
图表74：消费者智能音箱复购趋势分析
图表75：中国智能音箱行业发展痛点分析
图表76：我国智能音箱行业现有企业的竞争分析
图表77：我国智能音箱行业潜在进入者威胁分析
图表78：我国智能音箱行业主要替代品
图表79：我国智能音箱行业供应商议价能力分析
图表80：我国智能音箱行业对下游客户议价能力分析
图表81：中国智能音箱行业五力竞争综合分析
图表82：截至2025年中国智能音箱行业部分投融资事件汇总
图表83：2025年中国智能音箱市场前三大厂商销量及市场份额（单位：万台，%）
图表84：2021-2025年中国TOP3智能音箱厂商全球出货量及占比情况（单位：亿台，%）
图表85：2025年中国屏幕智能音箱市场需求占比（单位：%）
图表86：2025年中国带屏智能音箱市场厂商市场份额（按销量）（单位：%）
图表87：2021-2025年中国智能音箱市场集中度（CR3）变化情况（单位：%）
图表88：2025年中国新注册成立智能音箱相关企业注册地结构（单位：%）
图表89：中国智能音箱消费者城市分布情况（单位：%）
图表90：亚马逊Echo组成结构
图表91：智能音箱产业链结构
图表92：智能音箱产业链生态图谱
图表93：中国智能音箱设备成本分布情况
图表94：智能音箱上游主要硬件组成部分及相关厂商
图表95：主流品牌智能音箱产品搭载芯片情况
图表96：智能音箱主流芯片厂商及其代表产品
图表97：智能音箱芯片系统演进格局
图表98：MEMS麦克风的基本结构示意图
图表99：ECM和MEMS部分性能对比
图表100：2020-2025年中国MEMS麦克风传感器市场规模（单位：亿元）
图表101：MEMS麦克风厂商市场份额（单位：%）
图表102：锥形扬声器与球顶扬声器组成结构
图表103：2020-2025年中国扬声器/受话器需求量（单位：亿只，%）
图表104：智能音箱上游软件供应主要技术及相关厂商
图表105：Echo采用的6+1麦克风阵列
图表106：麦克风阵列工作原理
图表107：语音识别的技术基础
图表108：国内智能音箱三大巨头提供主要内容生态对比
图表109：国内智能音箱三大巨头主要销售渠道分析
图表110：智能音箱购买者用户画像分析
图表111：智能音箱购买者年龄分布结构（单位：%）
图表112：智能音箱目标客户群体分析
图表113：智能音箱下游主要应用场景分布
图表114：智能音箱用户使用场景需求分布（单位：%）
图表115：：智能音箱有望成为智能家居的流量入口&控制中心
图表116：2021-2025年中国智能音箱厂商实力矩阵图
图表117：2025年中国智能音箱行业头部企业产品布局对比（单位：款）
图表118：阿里巴巴网络技术有限公司发展历程
图表119：阿里巴巴集团基本信息表
图表120：阿里巴巴集团组织架构简介
略·····完整目录请咨询客服

如需了解报告详细内容，请直接致电前瞻客服中心。

全国免费服务热线：400-068-7188 0755-82925195 82925295 83586158

或发电子邮件：service@qianzhan.com

或登录网站：https://bg.qianzhan.com/

我们会竭诚为您服务！