

中国智能音箱市场研究报告

北京洛数合图科技有限公司

2024年1月



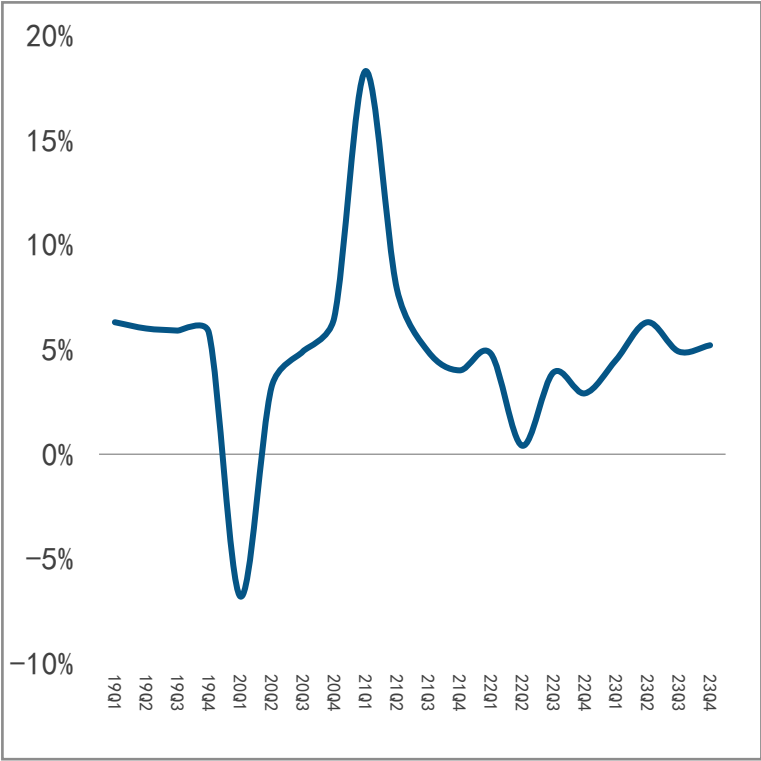
行业环境分析

01 中国2023年GDP同比增长5.2%，增速较去年增长2.2%

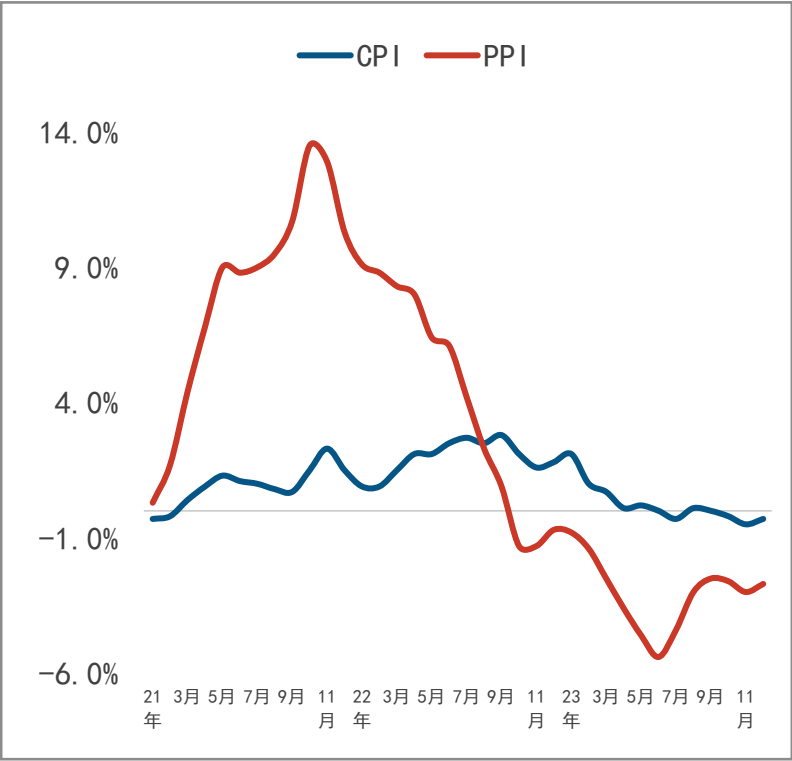


- 2023年，我国顶住外部压力、克服内部困难，国民经济回升向好，高质量发展扎实推进，主要预期目标圆满实现。
- 2023年，社会消费品零售总额超47万亿元，同比增长7.2%。全国居民消费价格指数（CPI）同比去年上涨0.2%，物价运行保持总体稳定。

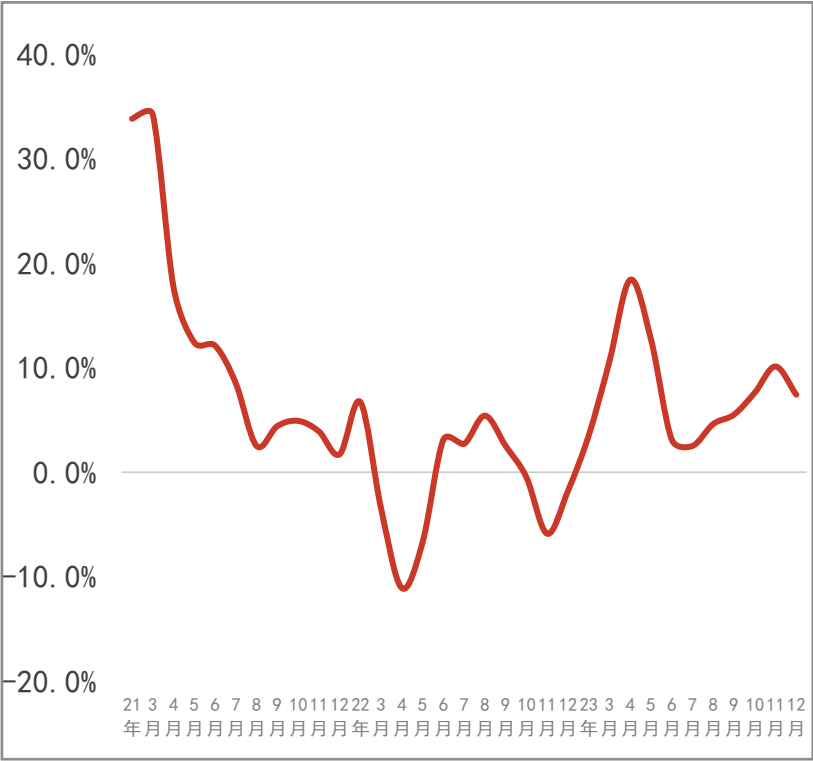
中国GDP分季度增速



消费者物件指数CPI同比
生产者物价指数PPI同比



中国社会消费品零售额同比



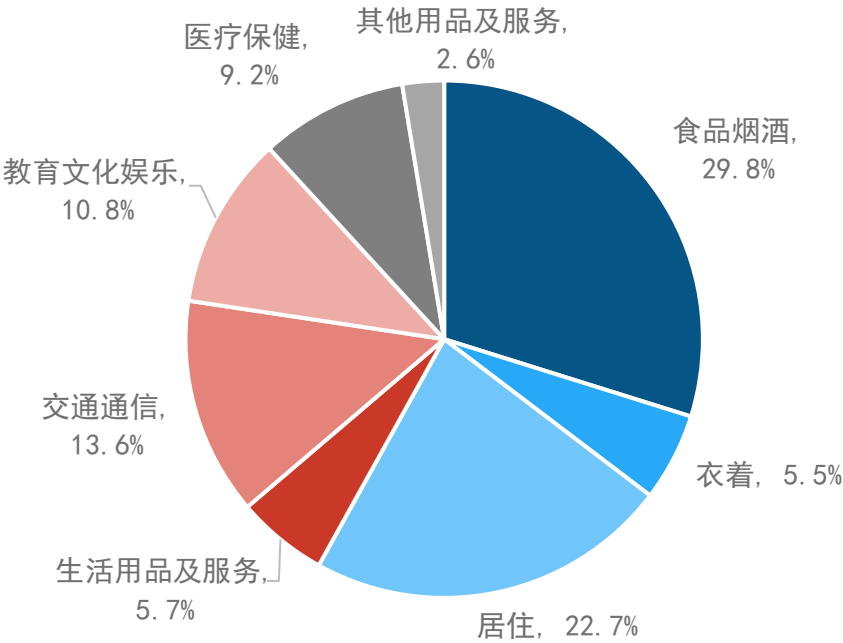
数据来源：国家统计局

02 2023年基础消费普遍增长，消费信心逐渐恢复



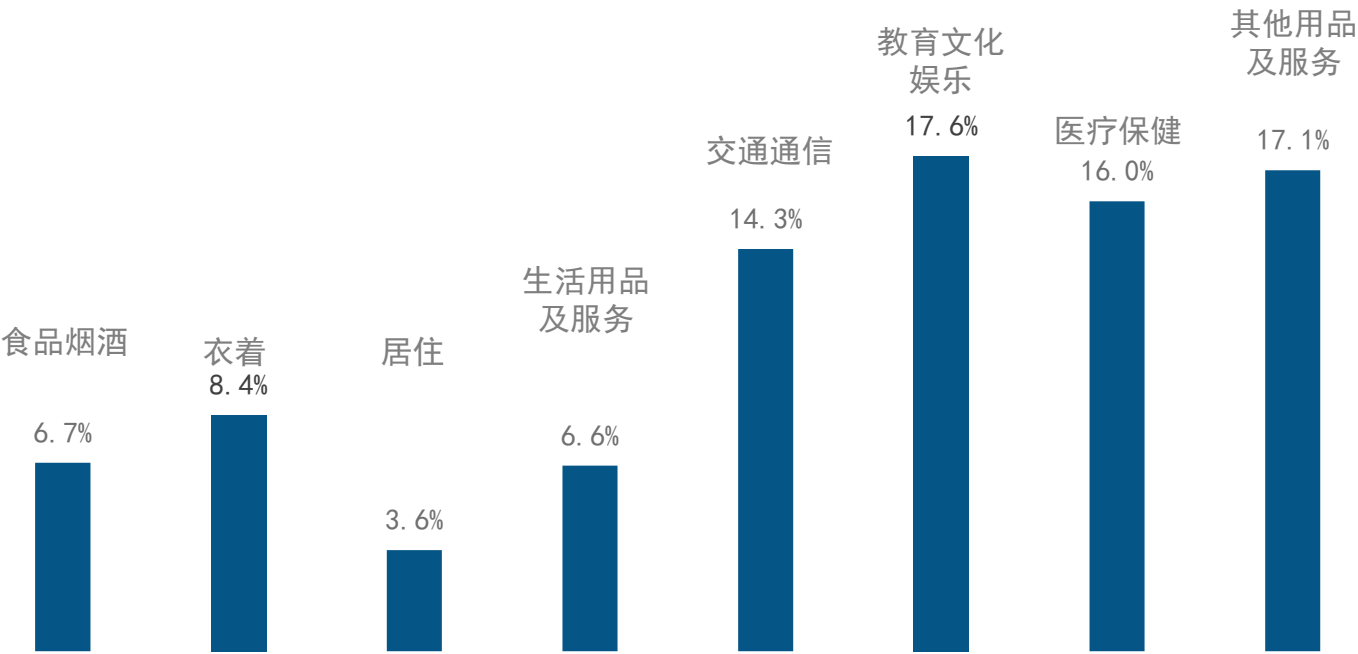
- 2023年，全国居民人均可支配收入39218元，比去年同期名义增长6.3%。人均消费支出26796元，比去年同期名义增长9.2%，
- 教育文化娱乐、医疗保健和交通通信增长率位于前三，体现了我国居民健康意识和生活质量的提高。

2023年居民人均消费构成



居民人均消费支出分消费类型增速

2023年 +9.2%



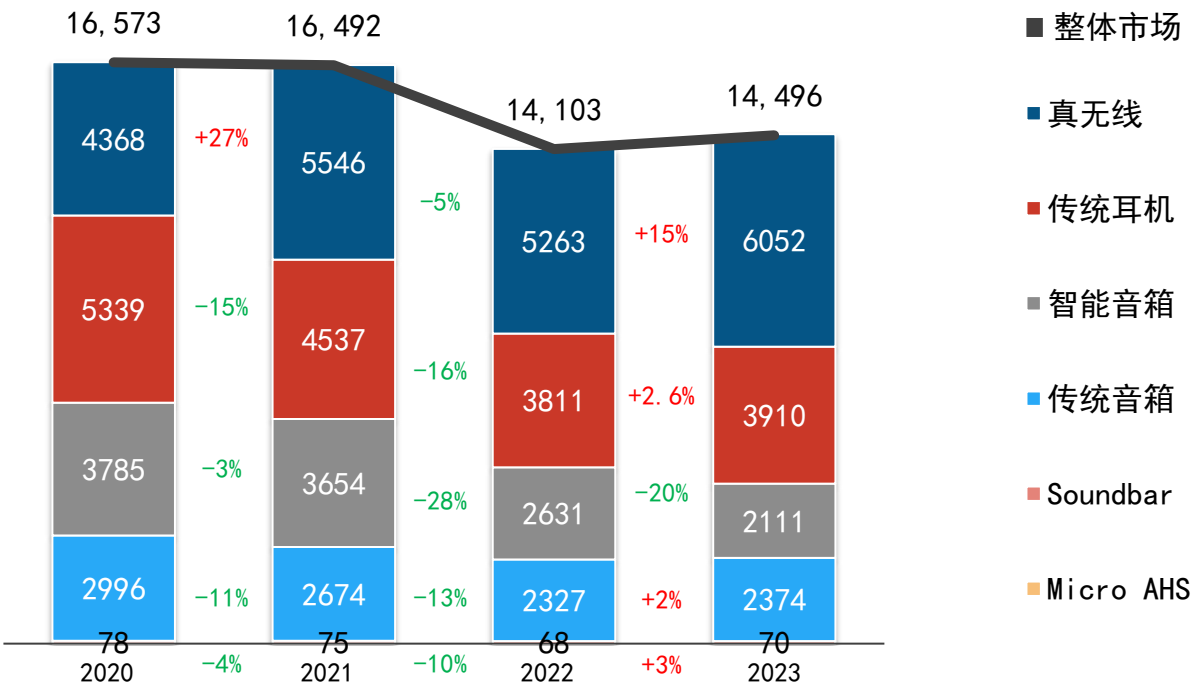
数据来源：国家统计局

03 中国音频整体（线上+线下）市场大盘

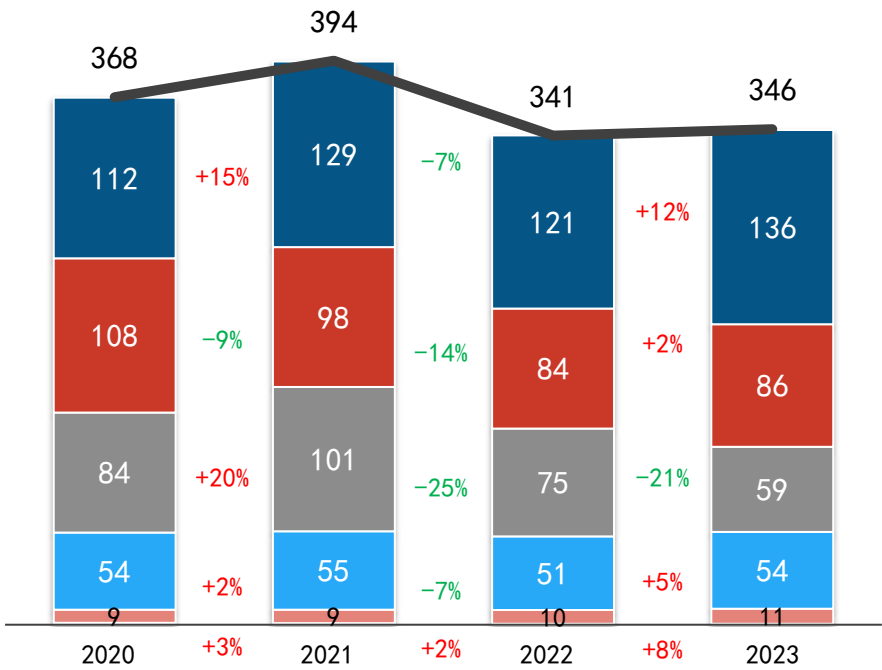


- 2023年中国音频整体市场小幅增长，主要由真无线蓝牙耳机推动，其中开放式蓝牙耳机为主要增长点。
- 智能音箱持续下滑，Soundbar、传统音箱等市场销售量与去年基本持平，销售额增长明显，均价提升。

中国音频市场销量发展



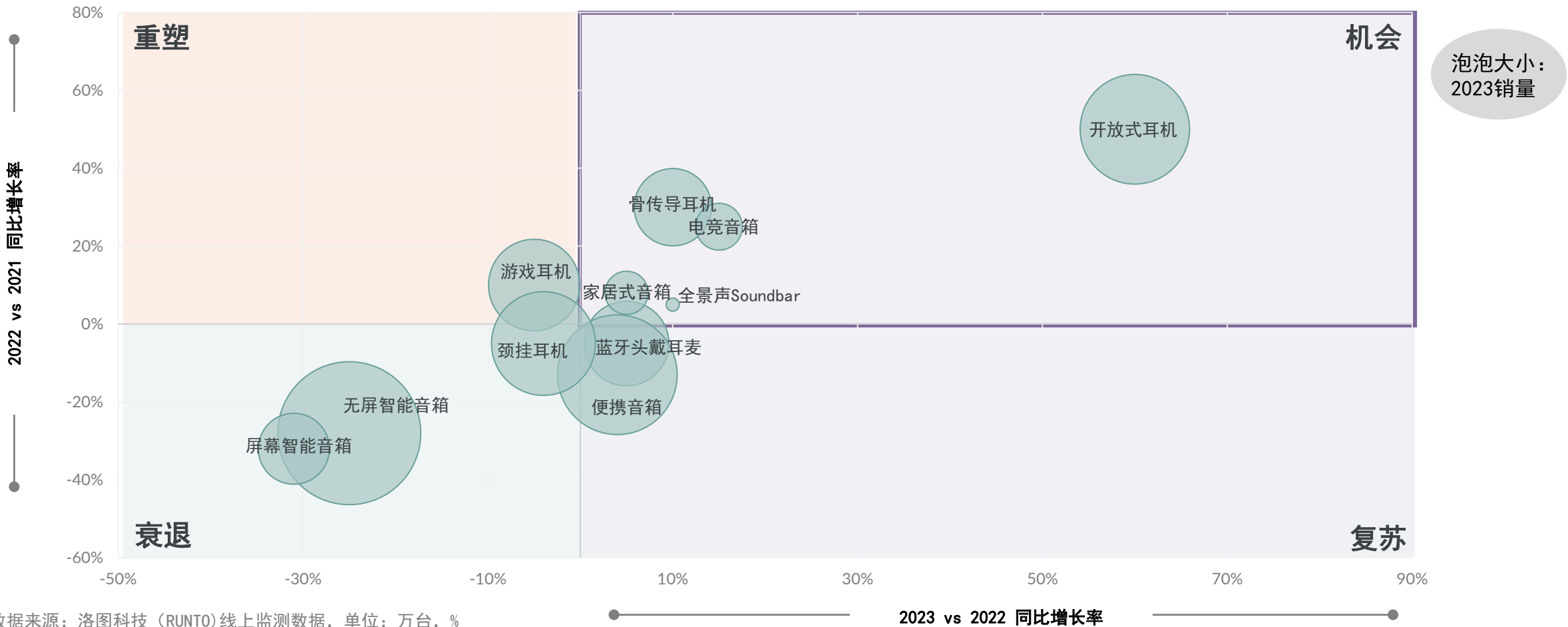
中国音频市场销额发展



数据来源：洛图科技（RUNTO）全渠道数据，单位：万台，亿元

04 中国音频市场热点赛道发展趋势

- 电竞音箱、骨传导耳机增长放缓，开放式蓝牙耳机呈爆发性增长趋势，头戴式蓝牙耳机和便携音箱恢复增长。
- 智能音箱市场未有明显起色，颈挂式蓝牙耳机持续下滑。



05 2023年9月，Dolby Atmos Flex Connect技术问世

- Dolby Atmos Flex Connect技术的问世或将巅峰家庭影音视听设备，对音箱和Soundbar行业重新洗牌。



提升杜比全景声体验

- ◆ Dolby Atmos Flex Connect通过向支持杜比全景声的电视机，添加无线音箱，来提升音频性能。

灵活的无线音箱摆位

- ◆ Dolby Atmos Flex Connect允许无线音箱（一个或多个）放在任何地方，以便用户充分利用室内空间、电源插座所在位置以及家具/家居布置，但同时又宣称不会影响音效。

动态声音平衡

- ◆ 通过对电视机内置喇叭和无线音箱的音调平衡处理，来整合优化声音效果，而且允许进行声像聚焦的调整，确保聆听体验。

简单设置

- ◆ 无需额外线缆或附加设备（比如蓝牙或Wi-Fi转接器），通过内置在电视机中、应用杜比声学映射的麦克风来定位无线音箱，进行自动音场修正来实现音效的营造。

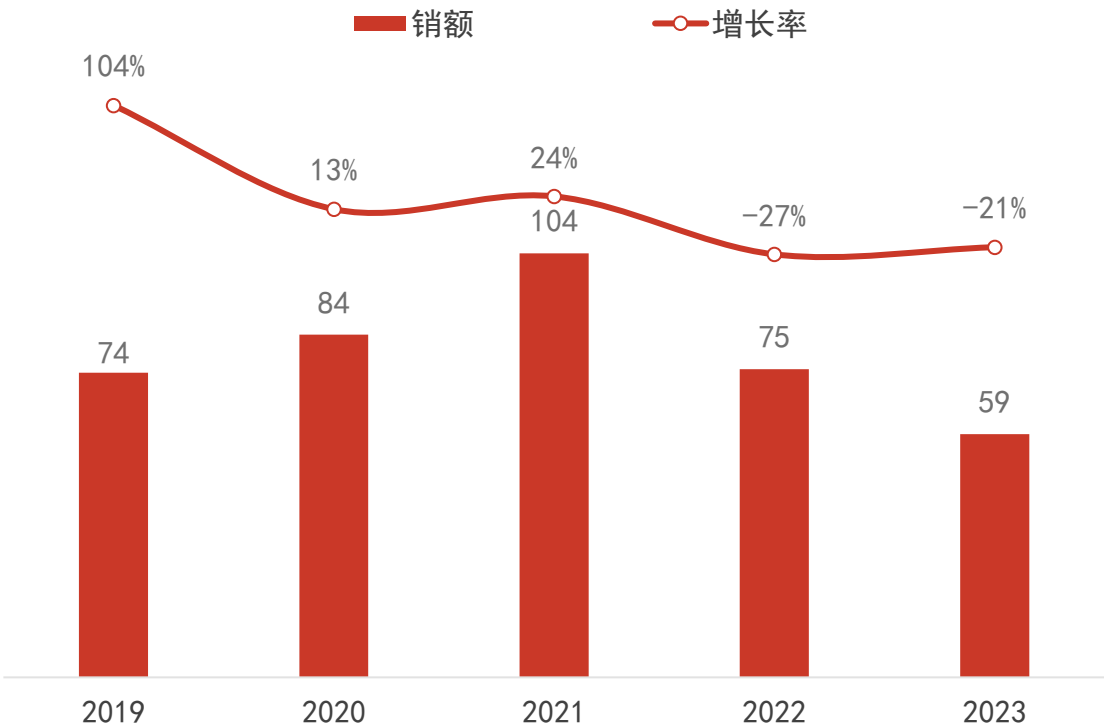
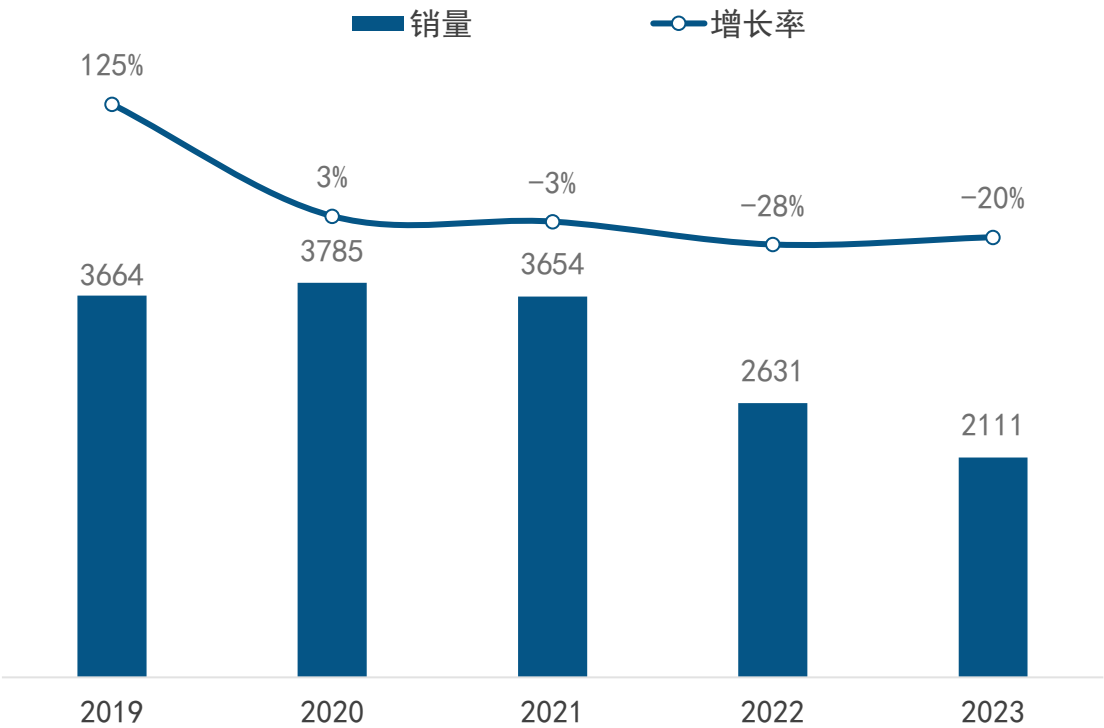


市场规模解读

01 中国智能音箱市场年度发展趋势

- 2023年消费者对智能音箱的低需求状态仍会持续。但跌幅有所放缓。
- 2023年智能音箱市场销售额增速低于销售量，均价下降。

2019-2023年中国智能音箱市场零售规模

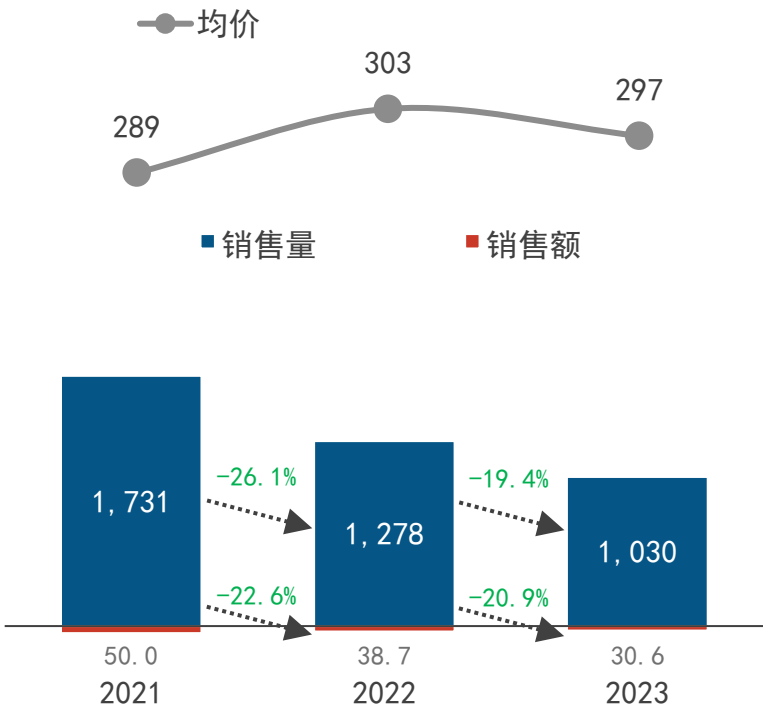


数据来源：洛图科技（RUNTO）全渠道数据，单位：万台，亿元

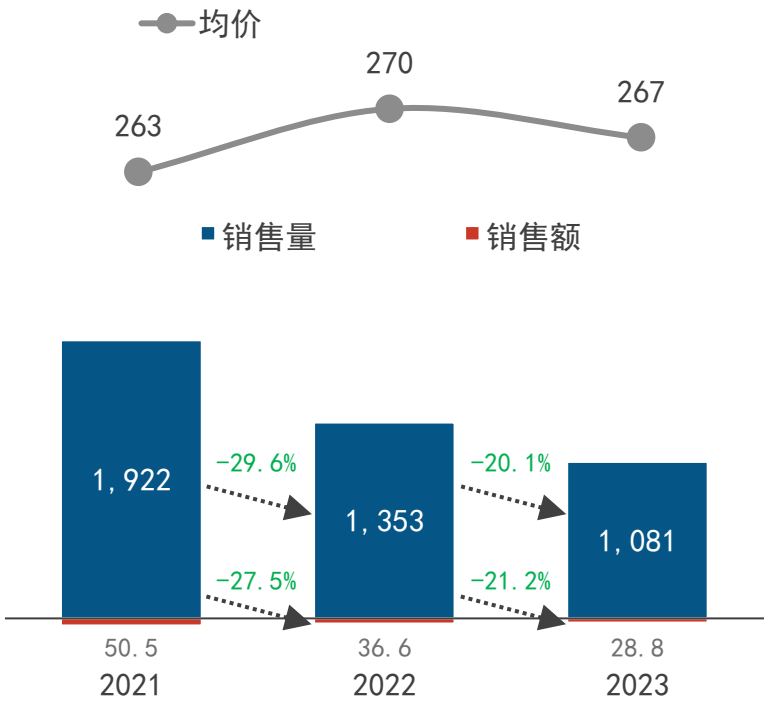
02 智能音箱线上、线下市场同比连续两年齐下跌

- 2023年，中国智能音箱线上市场销量1081万台，同比下降20.1%；市场销额为28.8亿元，同比下降21.2%。
- 线上、线下市场智能音箱产品均价齐下降，客单价下降和消费降级同时推动。

中国智能音箱线下市场销售发展



中国智能音箱线上市场销售发展



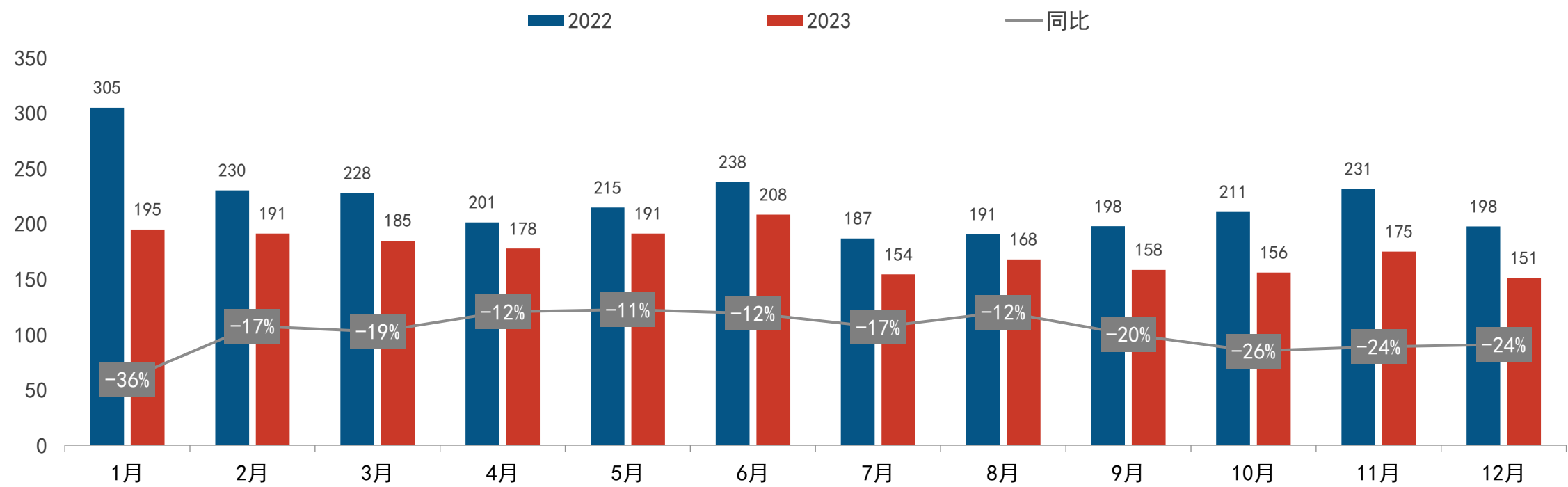
数据来源：洛图科技（RUNTO）全渠道数据，单位：万台，亿元，元

03 2023年中国智能音箱市场月度发展趋势



- 2023年各月均呈下降趋势，且下半年市场表现不及上半年，同比下降速度加快。
- 2023年促销季市场表现较差，年底“双11”当月同比下降24%。

2023年分月度中国智能音箱市场销量

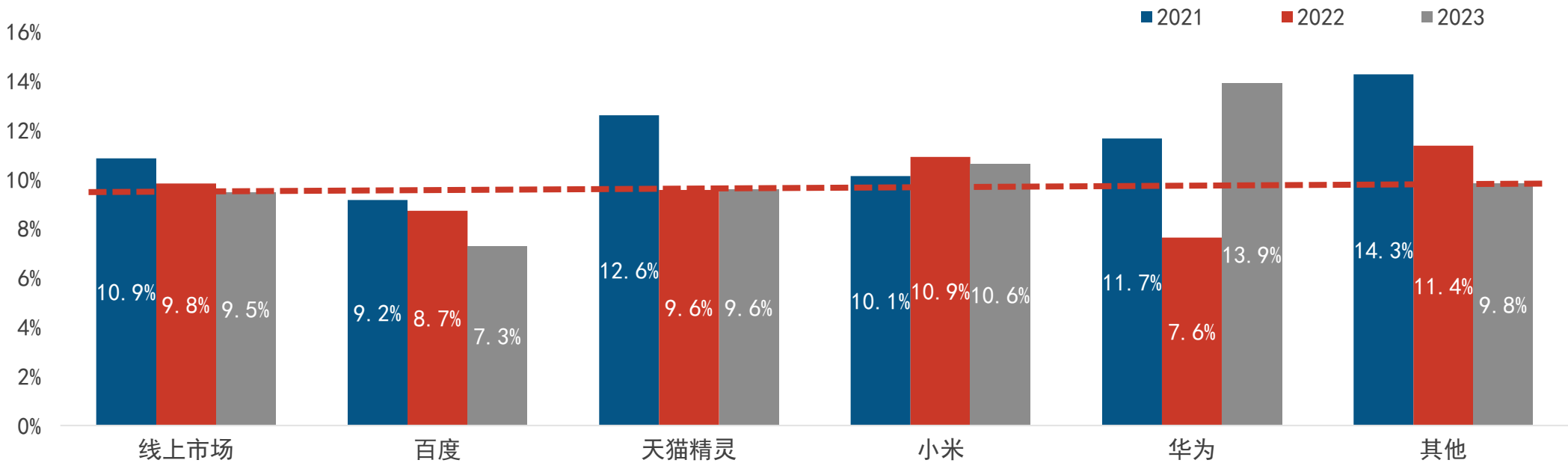


数据来源：洛图科技（RUNTO）全渠道数据，单位：万台

04 “双11” 促销季占全年销售量逐渐走低

- 随着电商红利消退，智能音箱促销月销售量全年占比逐渐走低，是智能音箱线上市场下滑的原因之一。
- 其中百度“双11”市场表现较差，天猫精灵和小米与去年同期基本持平，华为“双11”表现抢眼。

主力品牌促销月份全年销量占比

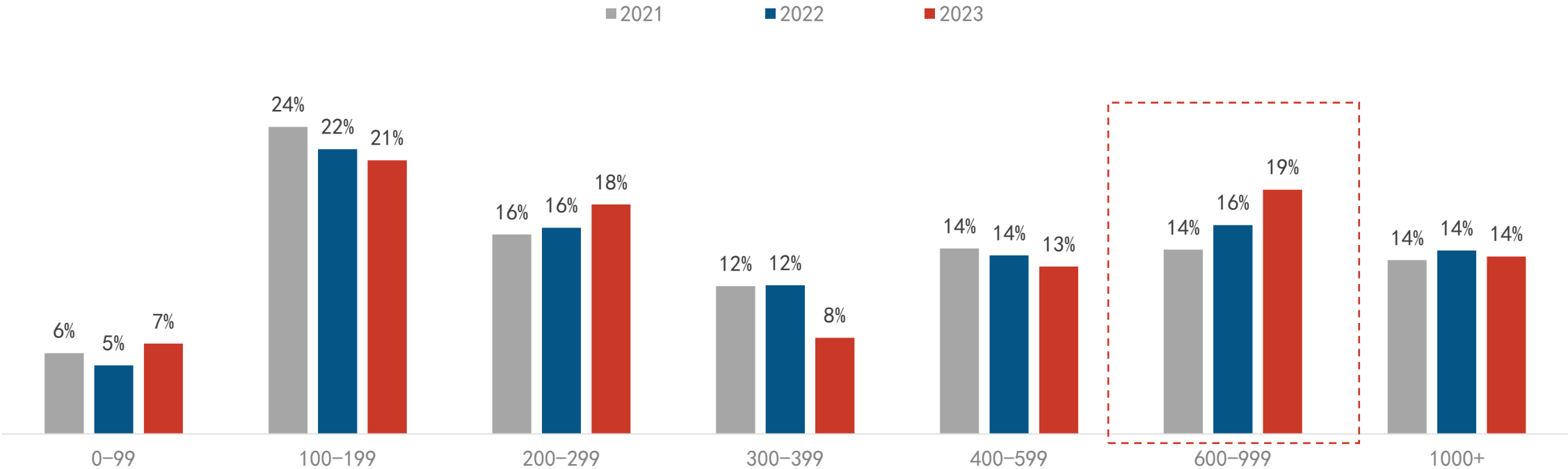


数据来源：洛图科技（RUNTO）线上监测数据，单位：%

05 价格段缓慢上移，中高端价位段份额均保持小幅增长

- 100-199和300-399两个价位段下降幅度较大，2023年低端产品价格较2022年相对较低。

智能音箱市场价格段结构(销额)



数据来源：洛图科技（RUNTO）线上监测数据，单位：%

06 无屏产品中端产品份额不断萎缩，市场两极化发展

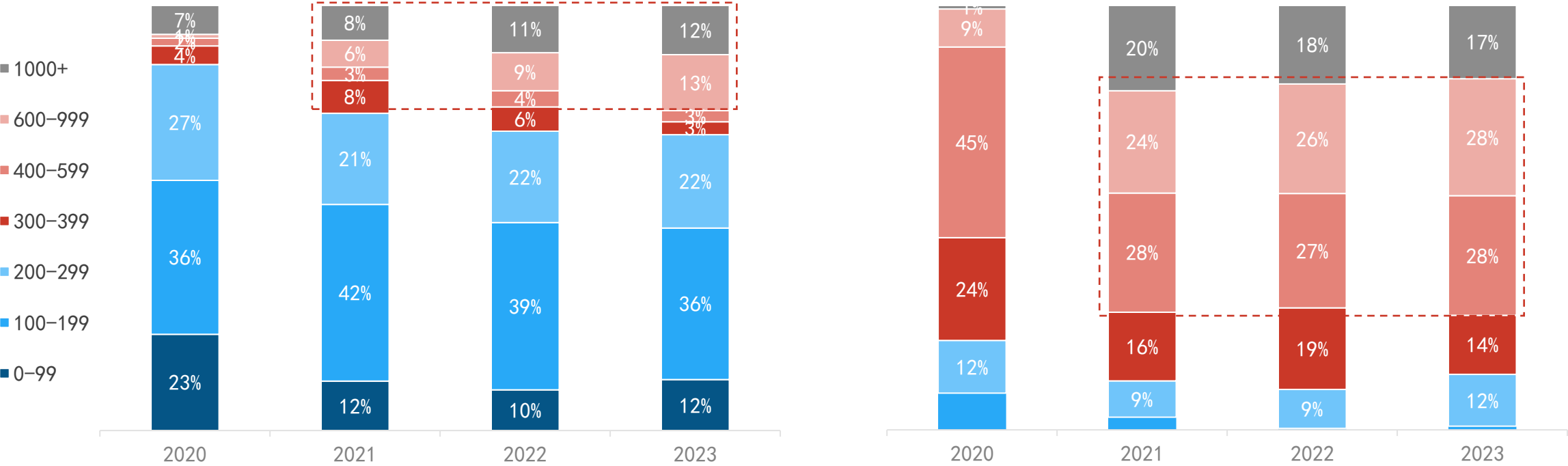


- 千元以上带屏产品份额持续下降，厂商重点布局400-999元中端市场。

智能音箱分类型市场价格段结构(销额)

无屏

带屏



数据来源：洛图科技（RUNTO）线上监测数据，单位：%

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/248002043014006071>