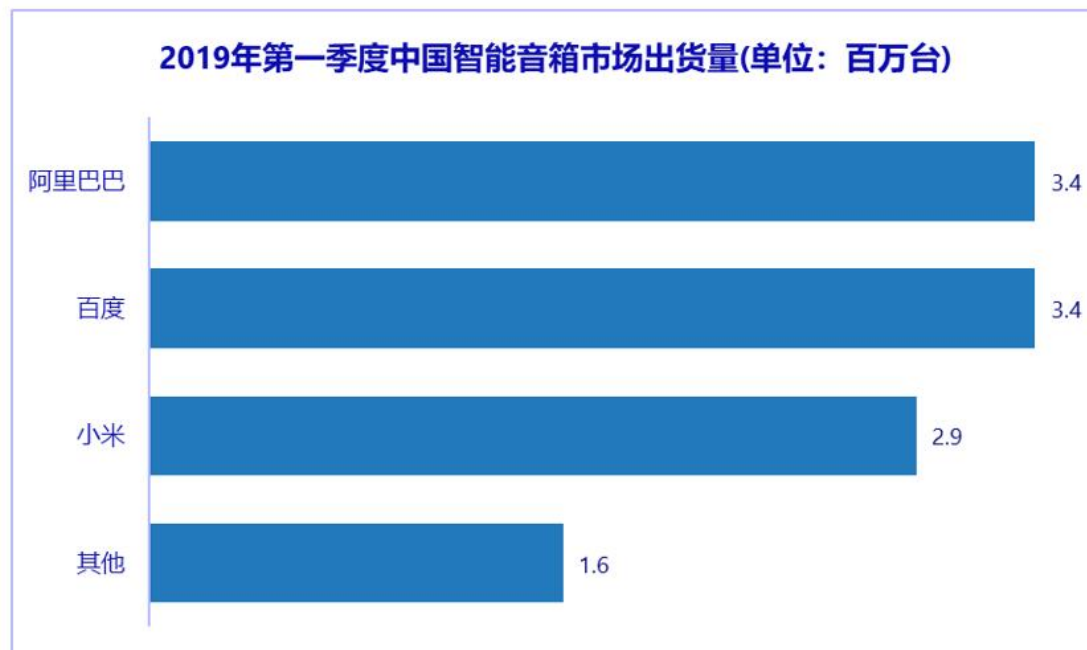




## IDC: 2019年第一季度中国智能音箱市场破千万大关，同比增长787.2%

北京，2019年6月6日——近几年，中国整体企业和消费者的数字化转型快速发展，智能家居产业和生态系统被彻底激活。伴随着对话式人工智能技术的逐渐完善，促使智能音箱在人机交互方面能够提供更好的体验，为更多家庭带来丰富多彩的应用场景。根据《IDC中国智能家居设备市场季度跟踪报告》显示，2019年第一季度智能音箱市场出货量达到1122万台，同比增长787.2%。智能音箱在中国市场经过了一年多时间的萌芽阶段，终于如雨后春笋般地兴起。IDC中国助理副总裁王吉平认为，智能音箱在中国市场单季度突破1000万台销量，说明其家庭普及率虽然不及智能手机，但是已经和PC、智能电视等产品相当，且未来可展望的空间将更大。随着社会进入以移动、社交、大数据、云的第三平台阶段，智能音箱成为重要家庭数据的入口之一，因而品牌之间的竞争也异常激烈，市场第一的位置从前几个季度的阿里巴巴转变成本季度阿里巴巴与百度并列第一，就充分说明竞争的激烈程度。

Figure 1



来源: IDC中国, 2019

阿里巴巴的天猫精灵产品涵盖天猫精灵X1、方糖和曲奇以及带屏产品天猫精灵CC。其中天猫精灵方糖作为主打产品，以高性价比和主场优势在天猫渠道赢得大批流量。尤其在1-2月伴随各类春节促销活动，与插座等产品搭配组合的平均价格下调10%-20%不等，线上渠道支撑起其绝大部分出货量。此外，天猫精灵智能音箱能够联动控制多个品牌的家电等产品，一方面丰富了智能音箱的应用场景，也促进了天猫与第三方品牌的广泛合作。

百度的智能音箱产品包含小度智能音箱，小度智能音箱Pro版以及带屏产品小度在家1C和1S。其中小度智能音箱以第一季度平均单价10美金（税前）的高性价比优势占据了百度旗下智能音箱产品的大部分出货量。另外，小度在家通过屏幕交互，大大丰富了用户的使用体验，成为第一季度中国市场上出货量最高的带屏智能音箱产品。此外，在2019年央视春节联欢晚会和元宵晚会上的营销活动，包括广告投入、抽奖赠送、优惠券发放等，为百度在春节期间导入大量流量并形成有效转化。

小米的智能音箱产品主要包含小米AI音箱、小爱音箱Mini、小爱音箱HD以及小爱触屏音箱。其中AI音箱成为小米出货量最高的智能音箱产品，零售价在30-40美金价格段内仍然是势头最为强劲的产品。而小爱音箱Mini存在部分缺货情况，且缺乏用户补贴，因此在入门级产品的竞争当中略显劣势。小米智能音箱背后关联的米家生态链为其提供了IoT生态的广泛资源，也是未来小米智能音箱在竞争中持续发力的重要筹码。

针对本季度中国智能音箱市场井喷式发展，IDC认为主要有以下几个特点：

### 一、第三平台技术促进智能音箱市场快速增长

随着以大数据、云计算、移动和社交为核心的第三平台技术快速发展，人工智能逐渐渗透到智能终端设备中的方方面面，语音助手成为人工智能在语音交互层面的重要应用。智能音箱作为普及语音助手的重要硬件载体，在人工智能技术的逐渐优化中迎来快速增长。

### 二、用户补贴极大推动了互联网厂商的发展

IDC报告数据显示，2019年第一季度，互联网厂商阿里巴巴和百度的智能音箱出货量基本持平。向用户提供补贴，做出价格让利是两家在市场出货量上拔得头筹的共同因素。互联网厂商在智能音箱市场的大力投入主要源于对于用户基数和数据量的高度重视，这与其将智能音箱作为AI+IoT生态的入口产品这一战略布局密切相关。

用户基数的扩大，一方面能够带来语音交互的普及率，另一方面考虑到IoT生态布局，智能音箱将在语音交互层面带来更多的流量入口。而语音数据量的有效积累从长远角度上将有利于优化语音交互的准确率，提升用户体验。

### 三、渠道的多元化成为市场发展的重要推动力

智能音箱市场的渠道主要包括自营渠道、电商平台、零售渠道、代理渠道以及运营商渠道等。IDC统计发现，2019年第一季度，阿里巴巴和百度分别以强势的电商流量和丰富的渠道和营销活动取胜，在出货量以及销售转化上都非常接近。

其中，阿里巴巴的渠道结构主要以天猫销售为主的同时，通过多家经销商广泛渗透到运营商、数码店铺、银行保险、礼品等线下渠道。百度的渠道种类丰富，除了天猫和京东等电商平台之外，之前在运营商渠道积极拓展的努力于本季度转化出显著的拉动效果，成为其出货渠道中重要的组成部分。小米主要以自营渠道和电商平台为主。其中线上自营官网和线下自营门店的出货量为其整体市场地位奠定了重要基础。

未来，厂商的渠道策略将呈现多元化，运营商将成为智能音箱市场渠道中的重要组成部分。

**IDC中国助理副总裁王吉平先生认为：**智能音箱厂商不仅应关注眼前的竞争，更重要的是开拓未来潜力市场，优化自身解决方案。如何打开中老年市场、4-6级市场，完善智能音箱的生态系统等一系列问题，这样才能避免智能音箱市场出现昙花一现的现象。

- 全文完 -

欲了解IDC报告的更多信息，请访问[www.idc.com.cn](http://www.idc.com.cn)。欲购买报告，请致电+86-10-5889 1666与IDC中国销售部联系，或发email至[frankwang@idc.com](mailto:frankwang@idc.com)

关于 **IDC**

国际数据公司（IDC）是全球著名的信息技术、电信行业和消费科技咨询、顾问和活动服务专业提供商。IDC在全球拥有超过 1100名分析师，为110多个国家的技术和行业发展机遇提供全球化、区域化和本地化的专业视角及服务。IDC的分析和洞察助力IT专业人士、业务主管和投资机构制定基于事实的技术决策，以实现关键业务目标。欲了解更多信息，请登录[www.idc.com.cn](http://www.idc.com.cn)。

- ### -

相关咨询，请联系：

王勇，IDC中国 助理副总裁

电话：(+86-10) 5889 1588

电邮：[frankwang@idc.com](mailto:frankwang@idc.com)

谢静，IDC中国市场部高级市场专员

电话：(+86-10)58891558

电邮：[mxie@idc.com](mailto:mxie@idc.com)

扫描微信二维码，关注**IDC** 研究成果，掌握**ICT**市场脉搏Figure 2



## **About IDC**

IDC is the premier global provider of market intelligence, advisory services, and events for the information technology and telecommunications industries. IDC helps IT professionals, business executives, and the investment community make fact-based decisions on technology purchases and business strategy. Over 775 IDC analysts in 50 countries provide global, regional, and local expertise on technology and industry opportunities and trends. For more than 40 years, IDC has provided strategic insights to help our clients achieve their key business objectives. IDC is a subsidiary of IDG, the world's leading technology media, research, and events company. You can learn more about IDC by visiting <http://www.idc.com/>.

IDC is a subsidiary of IDG, the world's leading technology media, research, and events company. Additional information can be found at [www.idc.com](http://www.idc.com).

All product and company names may be trademarks or registered trademarks of their respective holders.

## **For more information contact:**

Maggie Xie  
mxie@idc.com  
+86-10-5889 1558  
Frank Wang  
frankwang@idc.com  
+86-10-5889 1558