



2024年 头豹行业词条报告

报告提供的任何内容（包括但不限于数据、文字、图表、图像等）均系头豹研究院独有的高度机密性文件（在报告中另行标明出处者除外）。未经头豹研究院事先书面许可，任何人不得以任何方式擅自复制、再造、传播、出版、引用、改编、汇编本报告内容，若有违反上述约定的行为发生，头豹研究院保留采取法律措施、追究相关人员责任的权利。头豹研究院开展的所有商业活动均使用“头豹研究院”或“头豹”的商号、商标，头豹研究院无任何前述名称之外的其他分支机构，也未授权或聘用其他任何第三方代表头豹研究院开展商业活动。

AI智能音箱：声学技术与AI融合，开启智能家居新篇章 头豹词条报告系列



饶立杰

2024-12-17 未经平台授权，禁止转载

摘要 AI智能音箱集成了虚拟助手和无线音箱功能，具备多种互联网服务和智能家居控制功能，应用场景广泛并延伸到教育、医疗等领域。企业积极布局下沉市场以扩大份额。然而，产品同质化程度高，品牌竞争激烈。历史市场规模受智能手机等电子产品普及影响而有所下降。未来，中国智能家居行业的快速发展将驱动AI智能音箱市场规模增长，提供广阔市场空间和创新机遇，预计市场规模将持续扩大。

行业定义

AI智能音箱是一种集成了虚拟助手和无线音箱功能的智能设备，用户可以通过语音命令与其进行交互。它不仅能够播放音乐、广播节目和有声读物，还具备信息查询、智能提醒、网络购物等多种互联网服务功能。此外，AI智能音箱还可以连接和控制智能家居设备，实现家居自动化。通过先进的自然语言处理技术和人工智能算法，智能音箱能够理解并响应用户的自然语言指令，提供便捷、智能的使用体验。

行业分类

按照功能的分类方式，AI智能音箱行业可以分为如下类别：

AI智能音箱行业基于功能的分类

语音助手型AI智能音箱

这类智能音箱主要作为用户的个人助理，提供信息查询、日程管理、提醒设置、播放音乐、新闻播报等服务。它们依赖于强大的云端计算能力和先进的语音识别技术，能够理解并执行用户通过语音发出的各种指令。其特点在于支持自然语言处理，能够理解复杂多样的用户指令。此外，除基本的信息查询和娱乐功能外，还可以设置闹钟、提醒、日程安排等。

智能家居控制型AI智能音箱

这类智能音箱不仅具备语音助手型智能音箱的基本功能，还特别强化了与智能家居设备的联动能力。它们可以通过语音命令控制家中的智能灯泡、空调、窗帘、安全系统等，实现家庭环境的智能化管理。其特点在于可作为智能家居系统的控制中心，能够连接并控制多种智能设备。同时，该类智能音箱支持创建不同的生活场景模式（如离家模式、睡眠模式等），一键启动多个设备的组合动作。

多功能型AI智能音箱

多功能型AI智能音箱结合了语音助手和智能家居控制的功能，同时还可能包含其他特定功能，使其成为家庭生活中的多功能中心。这类智能音箱不仅能够提供基本的音乐播放、信息查询等服务，还能作为智能家居的控制中枢，实现对各种智能设备的管理和控制。

行业特征

AI智能音箱行业的特征包括应用场景延伸性、企业积极布局下沉市场、产品同质化程度高。

1 应用场景延伸性

AI智能音箱行业的显著特征之一是其强大的应用场景延伸性。随着技术的不断进步，智能音箱已不仅仅局限于简单的音乐播放和天气查询等基础功能，而是逐渐渗透到教育、医疗、娱乐等多个领域，成为智能家居系统的核心控制单元。例如，教育领域的屏幕音箱能够辅助儿童学习，医疗健康领域的智能音箱则可以提供健康管理建议，这些都极大地拓宽了智能音箱的应用范围，满足了不同用户群体的多样化需求。

2 企业积极布局下沉市场

企业积极布局下沉市场是AI智能音箱行业的一个重要特征。随着一线城市的市场趋于饱和，众多智能音箱品牌开始将目光转向二三线城市乃至农村地区，通过推出性价比高的产品、优化销售渠道和提供本地化服务等方式，来吸引更多的潜在用户。这种市场策略不仅有助于企业扩大市场份额，同时也促进了智能音箱技术的普及，让更多普通家庭享受到科技带来的便利。

3 产品同质化程度高

AI智能音箱行业的一个显著特征是产品同质化程度高，市场上多数智能音箱在基本功能、外观设计上差异不大，这导致消费者在选择时往往缺乏明确的区别标准，品牌间的竞争更多地转向了价格战和技术细节的竞争。为突破同质化困境，部分企业开始注重产品的个性化和差异化设计，如优化音质、增加特色功能或改善用户界面，以期在激烈的市场竞争中脱颖而出。

发展历程

AI智能音箱行业可以分为三个阶段，萌芽期（2011-2014年），早期智能音箱产品技术较为简单，多数只能执行有限的语音命令；启动期（2015-2016年），随着科技巨头的推广和媒体报道，消费者对智能音箱的认知逐渐提高，市场接受度不断提升，为后续的快速发展奠定了用户基础；高速发展期（2017-2020年），带屏音箱的出现为用户提供了更丰富的视觉互动体验，而针对特定人群如儿童和老人设计的智能音箱则满足了不同用户群体的个性化需求；成熟期（2021年至今），市场从追求快速增长转向精细化运营，厂商通过技术创新和生态建设来巩固市场地位。

萌芽期 · 2011-01-01~2014-01-01

2014年，经过三年的研发，亚马逊正式发布了Echo智能音箱。
智能音箱市场上已有具备基础语音交互功能的音箱，但真正的AI智能音箱尚未问世。

启动期 · 2015-01-01~2016-01-01

2015年，京东与科大讯飞合作成立灵隆科技，并在CES Asia上推出了“叮咚”智能音箱，成为国内智能音箱市场的先行者。2016年后，Google、Apple、Microsoft、阿里、百度等公司相继进入智能音箱领域。
语音识别、自然语言处理等AI技术得到了快速发展，为智能音箱的功能扩展和用户体验提升奠定了基础。

高速发展期 · 2017-01-01~2020-01-01

2017年起，智能音箱市场竞争加剧，价格战频发，市场迅速扩张。同时，产品开始向多样化和专业化发展，如带屏音箱的出现，以及针对特定人群（如儿童、老人）设计的智能音箱。
各大厂商开始构建自己的生态系统，通过开放API接口，吸引第三方开发者加入，丰富了智能音箱的功能和应用场景。

成熟期 · 2021-01-01~2024-01-01

自2021年起，智能音箱市场逐渐成熟，销量增速放缓，但产品创新和技术升级持续进行。厂商们更加注重提升音质、优化语音交互体验、扩展智能家居生态链，以及开发更多实用功能。同时，AI技术的不断进步，如自然语言处理、情感计算等，使得智能音箱更加智能，用户体验进一步提升。
智能音箱作为智能家居的核心入口，其在家庭自动化和智能生活中的作用愈发重要，推动了整个智能家居生态系统的进一步发展。

产业链分析

AI智能音箱发展现状

AI智能音箱行业产业链上游为原材料及核心技术提供环节，主要包括存储芯片、麦克风、扬声器、传感器、语音识别技术、自然语言处理等；产业链中游为AI智能音箱生产与集成环节，主要包括方案设计、制造与组装等；产业链下游为销售与应用环节，主要包括线上、线下销售和终端应用。

AI智能音箱行业产业链主要有以下核心研究观点：

控制家居是AI智能音箱产品的一项核心设计目的之一。

AI智能音箱设计初衷在于通过智能音箱实现对家中各类智能设备（如灯光、空调、电视等）的便捷控制，从而显著提升用户体验。从技术层面来看，这一功能使用户仅需简单的语音指令即可操作多种家居设备，体现了智能家居的便利性与智能化水平。根据一项针对AI智能音箱制造商的调查，21.8%的用户将控制家居视为使用智能音箱的首要需求，这进一步证实了该功能的重要性。目前，AI智能音箱在中国家庭中的普及率已达到约23%，显示出这一技术在市场上的广泛接受度和应用前景。

上 AI智能音箱产业链上游分析

生产制造端

原材料及核心技术

上游厂商

股 楼氏电子（苏州）有限公司

股 歌尔股份有限公司

股 瑞声科技控股有限公司

股 高通（中国）控股有限公司

股 聯發科技股份有限公司

股 珠海全志科技股份有限公司

股 科大讯飞股份有限公司

股 SK海力士半导体（中国）有限公司

股 美光半导体（西安）有限责任公司

股 中国宝武钢铁集团有限公司

中 AI智能音箱产业链中游分析

品牌端

AI智能音箱生产与集成

中游厂商

股 苹果（中国）有限公司

股 华为投资控股有限公司

股 小米科技有限责任公司

股 亚马逊（中国）投资有限公司

股 京東集團股份有限公司

股 北京百度网讯科技有限公司

股 阿里巴巴（中国）网络技术有限公司

股 出门问问创新科技有限公司

股 深圳市漫步者科技股份有限公司

下 AI智能音箱产业链下游分析

渠道端及终端客户

销售与应用

渠道端

股 浙江天猫技术有限公司

股 京東集團股份有限公司

股 亚马逊（中国）投资有限公司

股 苏宁易购集团股份有限公司

股 国美电器有限公司

股 拼多多（上海）网络科技有限公司

股 中国移动通信集团有限公司

股 中国电信集团有限公司

股 中国联合网络通信集团有限公司

股 小米科技有限责任公司

行业规模

AI智能音箱行业规模的概况

2019年—2023年，AI智能音箱行业市场规模由10.95亿人民币元增长至20.54亿人民币元，期间年复合增长率17.04%。预计2024年—2028年，AI智能音箱行业市场规模由22.09亿人民币元增长至82.82亿人民币元，期间年复合增长率39.15%。

AI智能音箱行业市场规模历史变化的原因如下：

AI智能音箱的需求受到了智能手机等电子产品的普及影响而有所下降。

智能手机、平板电脑与电脑集成了多种功能，包括通信、音乐播放、支付和智能家居控制等，可涵盖智能音箱的所有服务。由于智能手机提供了更高的便携性和便利性，用户更倾向于使用手机来完成这些任务。2023年，智能手机出货量2.7亿台，同比增长4.8%，其中第四季度出货量增长迅猛。2023年第四季度，平板电脑市场出货量为817万台，相比第三季度增长15.9%。在电脑市场，从第三季度起电脑出货量达1,116万台，相比第二季度增长15.3%。综上所述，智能手机等电子产品的普及和发展，不仅满足了用户对于便捷、安全、多功能的需求，同时也对AI智能音箱的市场地位构成了挑战，导致其需求逐渐下降。

AI智能音箱行业市场规模未来变化的原因主要包括：

中国智能家居行业发展迅猛是AI智能音箱行业市场规模增长的驱动因素之一。

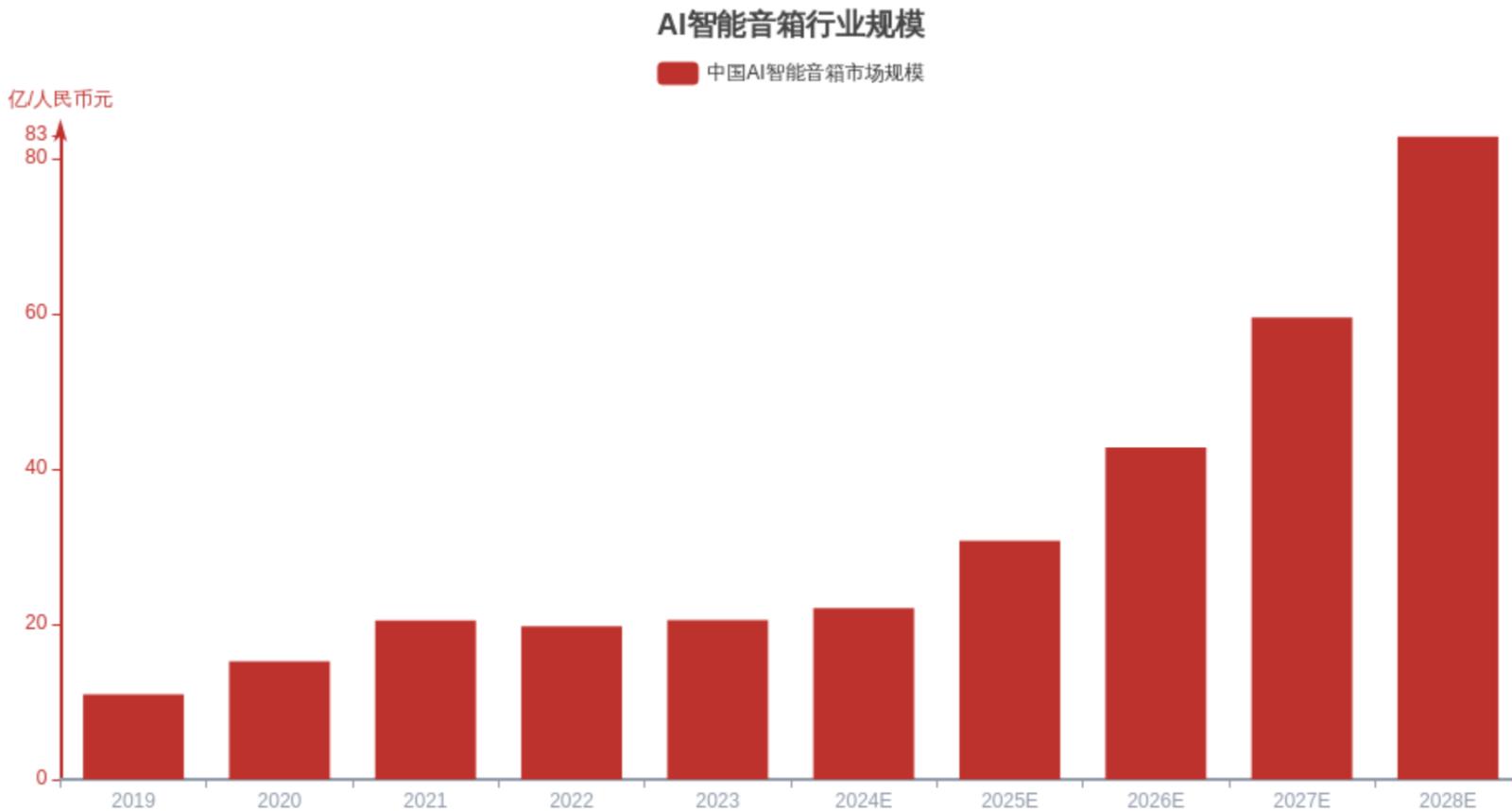
随着科技的进步和消费者对智能化生活方式的追求，智能家居产品逐渐成为家庭标配。AI智能音箱作为智能家居系统中的重要一环，凭借其便捷的操作和强大的语音交互功能，成为了众多家庭首选的智能设备。例如，智能音箱可以与其他智能家居设备无缝连接，实现对灯光、空调、安防等系统的智能控制，极大地提升了家居生活的舒适度和便利性。预计2027年，中国智能家居市场规模将超过11,000亿元，年均复合增长率达8.3%。综上所述，中国智能家居行业的蓬勃发展不仅为AI智能音箱提供了广阔的市场空间，还为其技术创新和应用拓展带来了新的机遇。

AI智能音箱规模预测

仅提供预测模型的PPTx格式文件下载

规模预测SIZE模型

AI智能音箱行业规模



计算规则: 中国AI智能音箱市场规模=中国智能音箱销量*AI智能音箱渗透率*智能音箱均价

数据来源: 洛图科技, 中关村在线

政策梳理

政策名称	颁布主体	生效日期	影响
------	------	------	----

	《生成式人工智能服务管理暂行办法》	国家网信办，发改委，教育部，科技部，工信部，公安部，广电总局	2023-01-01	7
政策内容	鼓励生成式人工智能算法、框架、芯片及配套软件平台等基础技术的自主创新，同时完善与创新发展的科学监管方式，制定相应的分类分级监管规则或者指引。			
政策解读	该政策旨在，强化了AI智能音箱行业的数据安全与隐私保护要求，规范了内容生成标准，促进了健康有序的市场环境，推动企业加大技术投入以符合新规。			
政策性质	规范类政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《新产业标准化领航工程实施方案（2023—2035年）》	工信部，科技部，国家能源局，国家标准委	2023-01-01	8
政策内容	研制人形机器人术语、通用本体、整机结构、社会伦理等基础标准。同时研制人形机器人感知系统、定位导航、人机交互、自主决策、集群控制等智能感知决策和控制标准。			
政策解读	该政策旨在，推动了AI智能音箱行业的标准化进程，提升了产品安全性和互操作性，促进了技术创新与市场健康发展，增强了国际竞争力。			
政策性质	指导性政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《质量强国建设纲要》	中共中央，国务院	2023-01-01	7
政策内容	推动制造业高端化、智能化、绿色化发展，大力发展服务型制造。同时，加快大数据、网络、人工智能等新技术的深度应用，促进现代服务业与先进制造业、现代农业融合发展。			
政策解读	该政策旨在，强调提高产品质量与服务水平，促进产业升级。对于AI智能音箱行业，这意味着需加强技术创新、提升产品性能与用户体验，确保数据安全与隐私保护，推动行业健康可持续发展。			
政策性质	指导性政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《电子信息制造业2023—2024年稳增长行动方案》	工信部，财政部	2023-01-01	9
政策内容	推动制造业高端化、智能化、绿色化发展，大力发展服务型制造。同时，加快大数据、网络、人工智能等新技术的深度应用，促进现代服务业与先进制造业、现代农业融合发展。			
政策解读	该政策旨在，促进电子信息技术与制造的深度融合，推动产业升级。对于AI智能音箱行业，该方案将促进技术创新和产品优化，加速市场扩张，提升国际竞争力，同时鼓励绿色生产和智能化服务，为行业发展创造有利环境。			
政策性质	指导性政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《“十四五”智能制造发展规划》	工信部，发改委，教育部，科技部，财政部，人社部，市监局，国务院，国有资产监督管理委员会	2021-01-01	8
政策内容	大力发展智能制造装备。针对感知、控制、决策、执行等环节的短板弱项，加强产学研联合创新，突破一批“卡脖子”基础零部件和装置。推动先进工艺、信息技术与制造装备深度融合，通过智能车间/工厂建设，带动通用、专用智能制造装备加速研制和迭代升级。			
政策解读	该政策旨在，推动了AI智能音箱行业的技术创新与应用拓展，促进产品智能化、个性化发展，增强用户体验，加速智能家居生态建设。			
政策性质	指导性政策			

竞争格局

AI智能音箱概况

中国AI智能音箱行业的市场集中度高。

AI智能音箱行业呈现以下梯队情况：第一梯队公司有阿里巴巴（中国）有限公司、亚马逊（中国）投资有限公司、谷歌信息技术（中国）有限公司等；第二梯队公司为苹果（中国）有限公司、北京百度网讯科技有限公司等；第三梯队有小米科技有限责任公司、华为投资控股有限公司、京東集團股份有限公司等。

AI智能音箱行业竞争格局的形成主要包括以下原因：

领先企业依托强大的AI技术，赋予AI智能音箱卓越的交互能力，从而占据更大的市场份额。

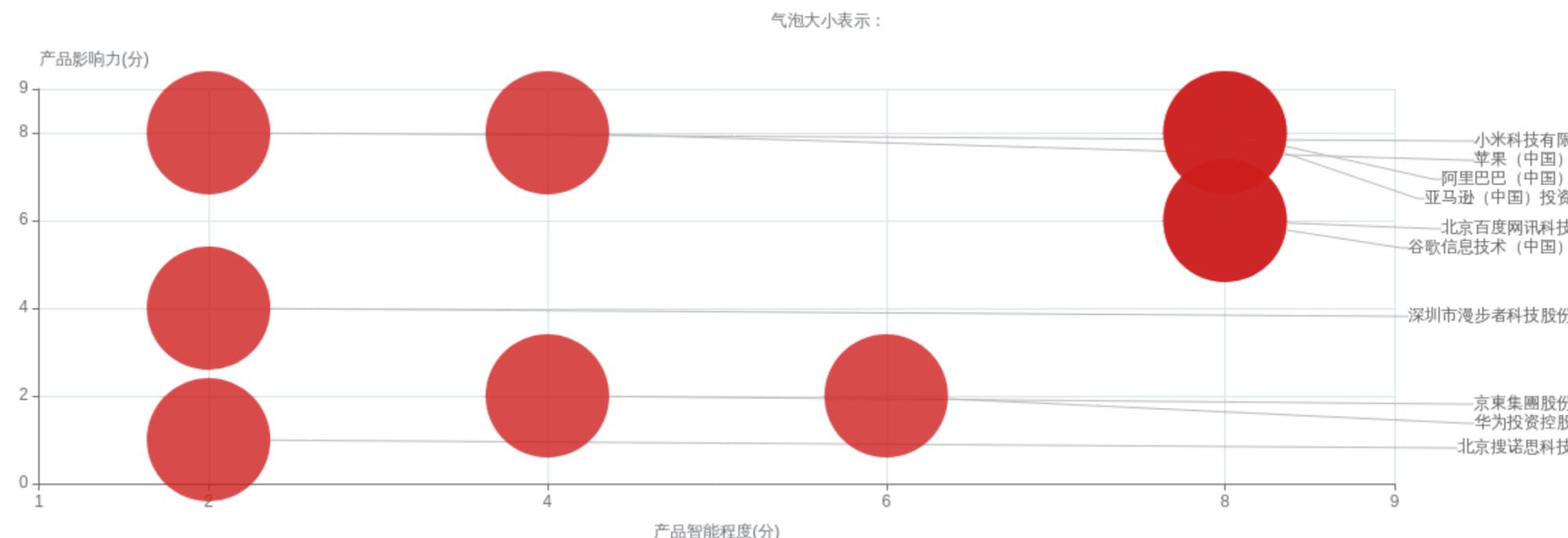
以百度为例，百度长期以来在AI领域的持续重点投入，使小度音箱在行业中率先达到了高体验“阈值”。近十年来，在全球深度学习领域的专利申请数量中，百度位居全球领先的位置。根据《智能音箱的智能技术解析及其成熟度测评》报告，小度已能够完成超过90%的用户指令。截止2023年底，百度在中国智能音箱市场份额达到38.2%。综上所述，凭借高体验的用户交互能力和广泛的生态系统，领先企业在中国AI智能音箱市场中占据领先地位，从而市场集中度提高。

未来AI智能音箱行业的市场集中度将提高。

AI智能音箱行业竞争格局的变化主要有以下几方面原因：

AI智能音箱行业正进入“冷静期”，部分玩家和品牌将逐渐退出市场，从而导致市场集中度进一步提高。

受到智能手机等电子产品的影响，消费者对AI智能音箱的需求下降。2024年第一季度，中国智能音箱市场销量为391.8万台，同比下降31.4%。这标志着中国智能市场已连续第12个季度呈现衰退趋势。随着市场竞争的加剧和消费者需求的变化，众多小型企业和新兴品牌面临巨大的压力，不得不退出市场。然而，头部企业凭借其强大的技术实力和品牌影响力，继续巩固其市场地位。综上所述，在未来的一段期间内，AI智能音箱市场正向少数几家头部企业集中。



上市公司速览

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	-	-	-

企业分析

1 北京百度网讯科技有限公司

公司信息

企业状态	存续	注册资本	1342128万人民币
企业总部	北京市	行业	互联网和相关服务
法人	梁志祥	统一社会信用代码	91110000802100433B

企业类型	有限责任公司(自然人投资或控股)	成立时间	2001-06-05
品牌名称	北京百度网讯科技有限公司	经营范围	一般项目：技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；计算机软硬件及辅助设备零售；软件开发；计算机系统服务；信息系统集成服务；数据处理服务；数字内容制作服务（不含出版发行）；软件销售；计算机软硬件及辅助设备批发；电子产品销售；电子元器件批发；电子元器件零售；机械设备租赁；广告制作；广告发布；广告设计、代理；专业设计服务；市场营销策划；会议及展览服务；信息技术咨询服务；企业管理咨询；社会经济咨询服务；家用电器销售；机械设备销售；五金产品零售；五金产品批发；玩具、动漫及游艺用品销售；游艺用品及室内游艺器材销售；针纺织品销售；照相机及器材销售；化妆品批发；化妆品零售；个人卫生用品销售；体育用品及器材批发；体育用品及器材零售；服装服饰零售；服装服饰批发；鞋帽零售；鞋帽批发；日用品销售；日用品批发；珠宝首饰批发；珠宝首饰零售；工艺美术品及礼仪用品销售（象牙及其制品除外）；工艺美术品及收藏品批发（象牙及其制品除外）；钟表销售；眼镜销售（不含隐形眼镜）；玩具销售；办公用品销售；摩托车及零配件零售；摩托车及零配件批发；仪器仪表销售；家具销售；塑料制品销售；建筑材料销售；通讯设备销售；食品销售（仅销售预包装食品）；保健食品（预包装）销售；货物进出口；技术进出口；进出口代理；汽车零配件批发；汽车零配件零售；汽车零部件及配件制造；汽车销售；健康咨询服务（不含诊疗服务）；票务代理服务；翻译服务；第一类医疗器械销售；第二类医疗器械销售；教育咨询服务（不含涉许可审批的教育培训活动）；人力资源服务（不含职业中介活动、劳务派遣服务）。（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）许可项目：第一类增值电信业务；第二类增值电信业务；网络文化经营；出版物零售；出版物批发；演出经纪；职业中介活动；广播电视节目制作经营；信息网络传播视听节目；互联网新闻信息服务；测绘服务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以相关部门批准文件或许可证件为准）（不得从事国家和本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）

■ 融资信息



融资时间	披露时间	投资企业	金额	轮次	投资比例	估值
/	2021-03-23	公开发行	239.40亿港元	IPO上市	/	/
/	2010-01-01	KPCB凯鹏华盈中国	未披露	战略融资	/	/
/	2005-08-05	公开发行	19亿美元	IPO上市	/	/
/	2004-12-01	高瓴资本	未披露	C轮	/	/
/	2004-06-01	Google, IDG资本	1亿美元	B轮	/	/
/	2001-12-01	Peninsula Ventures, IDG资本, DFJ德丰杰中国基金	1000万美元	A轮	/	/
/	2001-06-01	未披露	120万美元	天使轮	/	/

北京百度网讯科技有限公司竞争优势

竞争优势

百度是一家中国领先的互联网巨头，以其搜索引擎闻名，同时也涉足了多个领域，包括在线广告、地图服务、视频流媒体以及人工智能等。在人工智能领域，百度研发了DuerOS，一个开放的对话式人工智能系统，能够支持多种设备进行自然语言处理与交互。基于DuerOS，百度推出了自家的AI智能音箱，如小度在家系列，这些智能音箱不仅能够播放音乐、提供天气预报等基本功能，还能通过语音命令控制智能家居设备，为用户提供了便捷的生活体验。小度智能音箱凭借其强大的语音识别能力和丰富的功能应用，在市场上获得了良好的口碑。

北京百度网讯科技有限公司官网

2 小米科技有限责任公司

公司信息

企业状态	存续	注册资本	185000万人民币
企业总部	北京市	行业	科技推广和应用服务业
法人	雷军	统一社会信用代码	91110108551385082Q
企业类型	有限责任公司(自然人投资或控股)	成立时间	2010-03-03
品牌名称	小米科技有限责任公司	经营范围	一般项目：技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；货物进出口；技术进出口；进出口代理；通讯设备销售；厨具卫具及日用杂品批发；厨具卫具及日用杂品零售；个人卫生用品销售；卫生用品和一次性使用医疗用品销售；日用杂品销售；日用百货销售；日用品销售；化妆品批发；化妆品零售；第一类医疗器械销售；第二类医疗器械销售；玩具销售；体育用品及器材零售；体育用品及器材批发；文具用品零售；文具用品批发；鞋帽批发；鞋帽零售；服装服饰批发；服装服饰零售；钟表销售；眼镜销售（不含隐形眼镜）；针纺织品销售；家用电器销售；日用家电零售；家具销售；礼品花卉销售；农作物种子经营（仅限不再分装的包装种子）；照相机及器材销售；照相器材及望远镜批发；照相器材及望远镜零售；工艺美术品及收藏品零售（象牙及其制品除外）；工艺美术品及礼仪用品销售（象牙及其制品除外）；计算机软硬件及辅助设备零售；计算机软硬件及辅助设备批发；珠宝首饰零售；珠宝首饰批发；食用农产品批发；食用农产品零售；宠物食品及用品批发；宠物食品及用品零售；电子产品销售；摩托车及零配件零售；摩托车及零配件批发；电动自行车销售；电动自行车、代步车及零配件销售；自行车及零配件零售；自行车及零配件批发；单用途商业预付卡代理销售；商用密码产品销售；五金产品批发；五金产品零售；建筑材料销售；仪器仪表修理；计算机及办公设备维修；办公设备销售；会议及展览服务；组织文化艺术交流活动；广告设计、代理；广告制作；广告发布；摄影扩印服务；票务代理服务；通讯设备修理；移动终端设备制造；可穿戴智能设备制造。（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）许可

项目：第三类医疗器械经营；网络文化经营；出版物零售；出版物批发；食品销售；药品零售；广播电视节目制作经营；第一类增值电信业务；第二类增值电信业务；在线数据处理与交易处理业务（经营类电子商务）；基础电信业务；互联网信息服务；信息网络传播视听节目。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以相关部门批准文件或许可证件为准）（不得从事国家和本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）

融资信息



融资时间	披露时间	投资企业	金额	轮次	投资比例	估值
/	2018-07-13	中国移动	未披露	战略融资	/	/
/	2018-07-09	公开发行	370.53亿港元	IPO上市	/	/
/	2014-12-29	GIC新加坡政府投资公司，全明星投资All-Stars Investment，DST Global，厚朴投资，云锋基金	11亿美元	E轮	2%	550亿美元
/	2013-09-12	DST Global	亿元及以上美元	D轮	/	100亿美元
/	2012-06-01	DST Global，Temasek淡马锡	2.16亿美元	C轮	5%	43.2亿美元
/	2011-12-01	顺为资本，IDG资本，启明创投，五源资本，高通创投，Temasek淡马锡	9000万美元	B轮	9%	10亿美元
/	2011-07-01	五源资本，顺为资本，启明创投，IDG资本	4100万美元	A轮	16%	2.56亿美元

小米科技有限责任公司竞争优势

竞争优势

小米是一家中国消费电子及软件公司，成立于2010年，以其高性价比的智能手机闻名，并逐渐扩展到智能家居、可穿戴设备等多个领域。小米AI智能音箱，即“小爱同学”，是小米于2017年7月26日推出的一款智能音箱，由小米电视、小米大脑、小米探索实验室联合开发。它不仅能够提供音乐播放、在线广播等常规功能，还支持通过语音指令控制智能家居设备，实现智能化的生活体验。小米AI智能音箱凭借其亲民的价格、良好的用户体验以及与小米生态链产品的深度整合，受到了市场的广泛欢迎。随着技术的不断进步，小米也陆续推出了多款升级版的小爱同学智能音箱，进一步提升了产品的性能和功能。

[小米科技有限责任公司官网](#)

3 华为投资控股有限公司



公司信息

企业状态	存续	注册资本	5807785.6815万人民币
企业总部	深圳市	行业	资本市场服务
法人	赵明路	统一社会信用代码	91440300746645251H
企业类型	有限责任公司	成立时间	2003-03-14
品牌名称	华为投资控股有限公司	经营范围	从事高科技产品的研究、开发、销售、服务；从事对外投资业务；提供管理、咨询、培训等业务；IT服务业务；自有房屋租赁。（法律、法规禁止的，不得经营；应经审批的，未获得审批前不得经营；法律、法规未规定审批的，企业可自主选择项目开展经营活动）。^

华为投资控股有限公司竞争优势

▪ 竞争优势

华为是一家全球领先的电信设备和消费电子品牌，以其创新的技术和解决方案闻名。华为AI智能音箱是华为推出的一款智能家居产品，结合了先进的智能语音交互技术和高品质的音质体验。这款音箱不仅能够通过语音控制播放音乐、查询信息、设定提醒等，还支持与华为生态中的多种智能家居设备联动，实现智能家居的便捷控制。此外，华为AI智能音箱与丹麦高端音响品牌丹拿合作调音，确保了其在音质上的出色表现，无论是听音乐还是享受有声读物，都能提供沉浸式的听觉享受。

[华为投资控股有限公司官网](#)

业务合作

会员账号

可阅读全部原创报告和百万数据，提供PC及移动端，方便触达平台内容

定制报告/词条

行企研究多模态搜索引擎及数据库，募投可研、尽调、IRPR等研究咨询

定制白皮书

对产业及细分行业进行现状梳理和趋势洞察，输出全局观深度研究报告

招股书引用

研究覆盖国民经济19+核心产业，内容可授权引用至上市文件、年报

市场地位确认

对客户竞争优势进行评估和证明，助力企业价值提升及品牌影响力传播

云实习课程

依托完善行业研究体系，帮助学生掌握行业研究能力，丰富简历履历



业务热线

袁先生：15999806788

李先生：13080197867

诚邀企业 共建词条报告

- 企业IPO上市招股书
- 企业市占率材料申报
- 企业融资BP引用
- 上市公司市值管理
- 企业市场地位确认证书
- 企业品牌宣传 PR/IR

词

