

# 销量连年下滑，小爱小度们“失宠”了？

需求饱和、同质化严重，蓝牙智能音箱会成为下一个BB机吗

## 果然財經

张志恒 济南报道

智能家居，是现代家居行业的消费热门方向，而作为“智能家居入口”的蓝牙智能音箱，刚问世时一度爆火，“天猫小精灵”“小度”“小爱同学”，几乎成了每家每户的“亲戚”，而如今，却面临着销售连年下滑的困境。不少用户吐槽蓝牙智能音箱的操作存在不流畅的地方。

据洛图科技(RUNTO)的数据，2024年中国智能音箱市场销量为1570万台，同比下降25.6%，市场销售额为42.0亿元，同比下降29.4%。这已经是智能音箱市场连续第四年出现衰退，市场规模已不及2021年的一半。面对如此显著的销量下滑，蓝牙智能音箱是否会重蹈“BB机”的覆辙，逐渐淡出消费者的视野？

### 交互体验欠佳 用之鸡肋弃之可惜

尹女士家中可谓是智能设备的“大聚会”，华为电视的“小艺”、饮水机的“小爱”、奥佳华按摩椅的“小奥”以及天猫精灵智能音箱，都在为她的生活“服务”。然而，这种“服务”却常常让人哭笑不得。叫“小爱”时，“小爱”无动于衷，“小奥”却突然启动；指令必须精准无误，一个字的差错，都可能导致设备“蒙圈”。

在家照顾宝宝的韩女士则表示，她原本想用蓝牙智能音箱哄孩子，可每次播放儿歌时，不是提示绑定音乐会员，就是要求充值。好不容易满足了这些要求，音箱有时还会在毫无指令的情况下突然“蹦”出一句话，吓人一跳。“目前蓝牙音箱最大的用处，就是问它时间。”韩女士无奈地说。

尽管蓝牙智能音箱都配备了语音助手，但不同型号在识别准确率、语言理解能力和响应速度上差异巨大。在嘈杂的环境中，这些设备更是难以精准识别用户指令，交互过程卡顿频繁，用户体验大打折扣。这种不流畅的交互，不仅让用户对产品的满意度直线下降，也大大降低了产品的使用频率。



市场上的智能音箱功能大同小异。 张志恒 摄

### 市场需求饱和 产品同质化严重

记者走访售卖蓝牙音箱的门店发现，目前蓝牙智能音箱的品牌以百度(小度)、小米(小爱同学)、华为和阿里(天猫精灵)等大品牌为主，价格在70元至300元不等。经营电子产品档口的李先生向记者介绍，目前来购买蓝牙智能音箱的消费者并不多，店里一个月也就是卖10台左右，“这类型产品出现好几年了，想买的早就买了”。

当前，蓝牙智能音箱产品同质化现象极为严重。大多数产品在功能、设计和用户体验上相差无几，缺乏独特的创新点。无论是播放音乐、查询天气，还是控制智能家居，各品牌产品几乎如出一辙。

那些看似炫酷的语音交互功能，在实际使用中却显得有些“鸡肋”。“在家的时候想看看现在几点了，还要对音箱说一句话，感觉有点尴尬。”韩女士表示，不如直接看看手机显示屏来得方便。

资料显示，智能音箱市场在2019年曾达到高峰，当年销量超3600万台，同比增长125%。但从2021年开始，市场需求逐渐饱和，销量开始下滑。到2024年上半年，销量已降至800余万台，同比下降了29.8%。

市场研究机构IDC数据显示，用户日均使用时长从2020年的47分钟降至2023年的19分钟，超过60%的交互集中在音乐播放和闹钟设置等基础功能上。

李先生坦言：“消费者发现，花500元买的智能音箱，90%的功能和199元的传统蓝牙音箱没有区

别。”这种持续下滑趋势，显示出市场已经从快速扩张进入调整期，消费者对智能音箱的新鲜感逐渐消退，需求趋于稳定甚至下降。

### AI赋能，智能蓝牙音箱 能否提升用户体验

2024年第二季度，百度全面提升级了小度智能屏X9的AI技术，内置文心大模型，定义型号为小度智能屏X9 PRO，主打更加智能的AI陪伴，通过多轮对话提升语音交互能力，同时叠加360度旋转摄像头，实现老人和小孩的看护功能。

天猫精灵X6则搭载了通义千问AI大模型，主打星际元素的高颜值外观设计和天空声道音质，在智能技术升级的同时，兼具时尚美学和科技感。

洛图科技认为，尽管AI大模型技术为蓝牙智能音箱带来了机遇，但实际应用效果如何，业内和消费者的看法并不相同。智能音箱本身的主要交互语言是语音，AI的内容创作能力，在音箱场景下的发挥和用户感知会受到限制。大模型要成为智能音箱二次崛起的牵引力，尚需观察。

公开数据显示，蓝牙智能音箱在中国城镇市场的渗透率仅约20%，三、四线等下沉市场及教育、婴幼老人等垂类市场尚待开发。

不过，若行业无法解决产品同质化、交互体验差等问题，淘汰危机依然存在。智能音箱的四年下坡路，其实是市场趋势推动下，硬件行业不断竞争和升级的结果。尽管智能音箱已经“失宠”，但市场对智能设备的需求绝不会就此停歇。

魏银科 济南报道

最近，多地蓝莓降价的消息引发广泛关注。曾被视为“贵族水果”的蓝莓，如今价格变得更加亲民。济南市场情况如何？记者进行了探访。

### 商超蓝莓 价格差别大

3月31日，在济南恒隆广场某连锁超市，产地为云南的某品牌蓝莓，活动零售价每斤99元(四盒装，相当于每盒24.75元)。某品牌125克装、果径18mm、航天品质的蓝莓售价29.9元。

而在泉城广场一大型超市内，蓝莓价格亲民许多：125克装的蓝莓，按品牌和果径不同，价格从9.9元到19.9元不等。

记者询问工作人员得知，这一个月来，蓝莓卖得都不贵。“比之前每盒便宜了近10元，你看这9.9元一盒的都卖光了。”工作人员表示。记者又走访一家盒马鲜生超市和一家大润发超市发现，125克装的蓝莓，价格普遍没超过20元，中等大小的一盒13.8元，个头大点的一盒19.9元。

“今年蓝莓就是便宜，卖得很好，而且还经常搞活动，价格就更便宜了。”大润发一位工作人员说。

### 线上蓝莓 卖得更便宜

在历下区一家社区水果



店，蓝莓散装、盒装都有，125克的一盒13元，散装的有两种规格：每斤40元或50元。店主告诉记者，今年高端水果价格普遍低，蓝莓每斤至少便宜10元，去年最贵卖到80元一斤。

记者查询相关报道发现，去年同期蓝莓批发价都在40元到70元一斤，而现在水果店50元一斤的蓝莓，品质不比去年80元一斤的差。

在线上，蓝莓卖得也不贵。在某社区团购平台，125克一盒的蓝莓仅售8.98元，而250克装最便宜的仅需15.99元。

### 国产蓝莓 产量大增

今年蓝莓之所以便宜，是因为国产蓝莓产量大增。2025年云南蓝莓大会暨红河蓝莓品牌战略发布会上的一组数据最能说明问题：2024年，中国蓝莓栽培面积143.82万亩，比2020年增加44.38%。其中，贵州、云南、辽宁、四川、安徽、山东、吉林和江苏排在前八位。预计2025年，中国蓝莓栽培面积可达到154.65万亩。

2024年，中国蓝莓总产量约78万吨，比2020年增加197%。预计2025年，中国蓝莓总产量可达89.74万吨。

业内人士分析，随着蓝莓产量进一步增加以及市场供应的持续稳定，蓝莓价格可能还会继续下降。对于消费者来说，这无疑是个好消息，真正的“蓝莓自由”或许很快到来。

编辑：于梅君 美编：马秀霞 组版：刘森

## 结婚启事

2025年4月7日星期一 农历乙巳年三月初十



新郎 解先帅 新娘 葛玲利

于公历2025年4月7日正式结为夫妻。  
初见乍惊欢，久处亦怦然。  
从此烟雨落绿城，两人撑伞且徐行。  
愿有岁月可回首，且以深情共白头。

喜结良缘 同喜同贺

## 精品资讯

订版电话  
0531-85196199

### 房屋出租

出租长清大学城  
10亩独院

建筑面积3000余平，水电、  
手续齐全。13053635880

◆求购  
15864536825

高价收购 老钱币邮票字画老酒、  
像章纪念章、选集·小人书·银元·金  
银币等15662781688 可上门看货  
英雄山文化市场西门口红太阳古玩店

◆家政  
13793180410

1999元/月  
市中心养老全包

87569992

### 先行众创空间招商

成熟工业园区，优越营商环境。  
惠企政策对接，管家贴心服务。

现有车间120 m<sup>2</sup>、130 m<sup>2</sup>、230 m<sup>2</sup>、260 m<sup>2</sup>、700 m<sup>2</sup>、  
750 m<sup>2</sup>、800 m<sup>2</sup>、900 m<sup>2</sup>、1100 m<sup>2</sup>空地、1200 m<sup>2</sup>、  
1800 m<sup>2</sup>、1960 m<sup>2</sup>、2500 m<sup>2</sup>、2760 m<sup>2</sup>、3300 m<sup>2</sup>、  
3700 m<sup>2</sup>、4500 m<sup>2</sup>、5100 m<sup>2</sup>和8000 m<sup>2</sup>等不同规  
格，招商招租，可整租可分租。

◆高新区万达J1座1502室121 m<sup>2</sup>写字间出租

◆天桥区龙湖华庭6号楼2单元3201室137 m<sup>2</sup>出租出售

◆龙湖华庭10号楼1单元13层1301室房商住两用  
147 m<sup>2</sup>出租出售

◆天桥区龙湖华庭6号楼2单元3303室132 m<sup>2</sup>出租出售

◆专业团队运营，提供全方位标准化服务，免费共享接待商务区，免费代办各类经营手续，提供帮扶补贴协助，欢迎垂询。

垂询热线：13805408666 王经理（微信同号）

## 龙山小米

泉水滋养 油厚甜糯 产地直供  
传统生态种植，自然健康食材

特产好价

¥49.9

5斤



扫描查看