

中国网络音频全场景发展研究 案例报告

2018年



海量行研报告免费读



中国网络音频用户规模迎来了新一轮的增长，2017年中国网络音频用户规模达**2.6亿**，2018年有望达**3亿**，从而为行业的发展注入了源源不断的活力。



根据收听渠道和载体，可以把中国网络音频的发展历程分为**播客时代（2005-2011年）**、**移动时代（2012-2016年）**和**全场景时代（2017年至今）**三个时期，目前中国网络音频行业正由移动时代迈入到全场景发展时代的初期。



网络音频的全场景时代，是指**硬件制造商**、**系统研发商**与**内容服务商**一起，通过构建音频场景生态，满足用户在特定场景特征下的音频收听需求。



音频全场景实现的支柱是以用户为单位，实现**收听设备的多样化**以及**不同设备交互使用的便利化**。



音频全场景发展趋势：**硬件端**：更多类型智能硬件普及，音频收听的渠道载体进一步扩张；**系统端**：语音的交互方式进一步朝智能化高效化方向发展；**内容端**：以用户ID为中心，实现不同场景下的智能推荐。

网络音频行业发展概况

1

网络音频全场景发展时代

2

网络音频全场景发展案例

3

网络音频全场景发展趋势

4

广义的网络音频：通过网络传播和收听的所有音频媒介内容。

狭义的网络音频：由于完整的数字音乐专辑或音乐流媒体服务涉及到唱片公司复杂的版权交易，且数字音乐已经形成较为独立的产业体系，因此数字音乐不归为狭义的网络音频。目前国内网络音频主要包括音频节目（播客）、有声书（广播剧）、音频直播以及网络电台等实现形式。本报告的研究范畴是狭义的网络音频。

中国网络音频主要类别介绍



音频节目

围绕某一主题或话题，由单集音频文件构成的实时更新的音频节目。用户在订阅一档音频节目后能够自动接收或下载该节目最新发布音频文件



有声书（广播剧）

一种个人或多人依据文稿，并借着不同的声音素材所制作的音频作品



音频直播

通过网络流媒体技术，个人仅以音频媒介进行信息传递的实时直播形式



网络电台

通过网络流媒体技术，实现传统调频广播电台（FM/AM）的实时播放

激烈的市场竞争促进了音频平台的市场定位分化

由于音频内容和形式的多种多样，在经过多年的发展后，音频平台及服务在激烈的市场竞争中需要明确自己的市场定位和发展方向，由此促进了音频平台由同质化向分化发展。目前，可以依据提供的音频内容和业务发展方向，将国内的音频平台分为三种主要类型。

中国网络音频主要平台企业类型

综合性音频平台

提供包括音频播客节目、知识付费内容、音频直播、网络电台、有声书等全类型音频内容或服务的综合性音频平台，具备大而全的特征

音频直播平台

以音频直播为平台主打特色或仅提供音频直播服务的网络音频平台，主播与用户之间的互动交流是其主要特征

综合类阅读平台

提供网络文学、出版电子书、漫画、有声书在内多种形式数字阅读内容的综合类阅读平台，其中有声书是重要的业务构成

2018年中国网络音频平台提供的音频内容或服务分布

类型	平台APP	播客 (RSS音频节目)	付费音频节目 (知识付费)	网络电台	音频直播	有声书
综合性音频平台	喜马拉雅FM	√	√	√	√	√
	蜻蜓FM	√	√	√	√	√
	企鹅FM	√	√	√		√
	听伴	√		√		√
	懒人听书	√	√			√
音频直播平台	荔枝	√			√	√
	KilaKila				√	
综合类阅读平台	QQ阅读		√			√
	掌阅		√			√
	咪咕阅读	√				√

来源：艾瑞整理互联网公开资料，统计时间截止到2018年5月。

网络音频产业图谱

iResearch

艾瑞咨询



注释：受篇幅限制，并未将产业链各环节中的所有企业全部展现，此处仅作参考。
来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

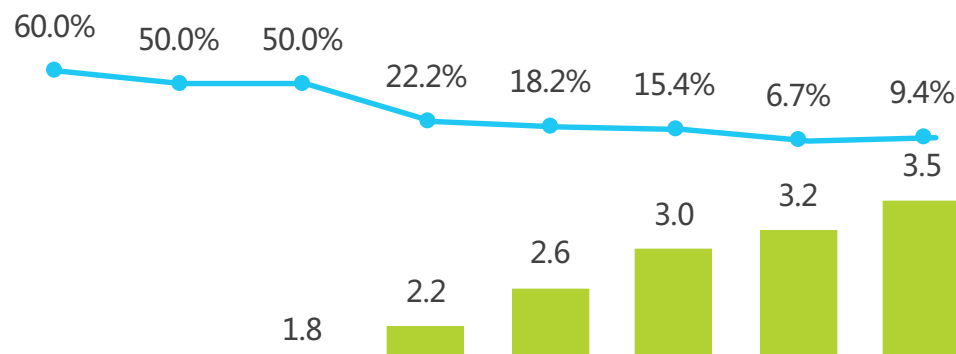
行业用户规模

知识付费和有声书的发展刺激用户规模迎来新一轮增长

进入到2017年后，得益于知识付费的爆发，大量依托音频媒介的知识付费类课程和节目纷纷涌现，吸引了更多的用户尝试网络音频服务。而诸多移动阅读APP布局有声书的相关业务，也促进了有声书在中国用户中的普及。

在这样的背景下，中国网络音频用户规模迎来了新一轮的增长，2017年中国网络音频用户规模达2.6亿，2018年有望达3亿，从而为行业的发展注入了源源不断的活力。

2012-2020年中国网络音频用户规模及增长率情况



预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_21217

