



iResearch
艾 瑞 咨 询

中国在线音乐用户洞察报告

2017年



海量行研报告免费读

摘要



2017年移动在线音乐仍在小幅平稳增长，2017年8月在线音乐月活用户已占到移动端用户的**62.7%**。过半用户每天会多次听音乐，**八成以上**用户单次听音乐时长超过半小时。音乐APP对于用户而言是**高频高粘性**应用类型。



曲库、音质、交互和推荐算法是在线音乐的核心，多家平台推出音乐人计划，其成为平台对市场未来的押注。



在线音乐用户偏向年轻化，华东华北地区分布略多；最喜欢的音乐类型是**流行音乐、轻音乐和电影原声**，海外音乐中，用户偏爱欧美明星/影视剧；并且用户乐于转发音乐。



付费音乐用户的年龄段更集中在新中产年龄段（20-35岁），且**学历相对较高**，个人爱好也更加丰富多彩；音乐偏好集中在放松类（民谣、民族风、R&B）和个性类（金属、嘻哈、摇滚）。



75.6%的80/90后音乐用户每天都要听音乐，且**40.9%**的用户单次听音乐都会超过一个小时；80/90后音乐用户更愿意尝试新鲜事物，对于手机等电子产品更换更频繁。

中国在线音乐行业概况

1

中国在线音乐用户洞察

2

中国细分音乐用户行为洞见

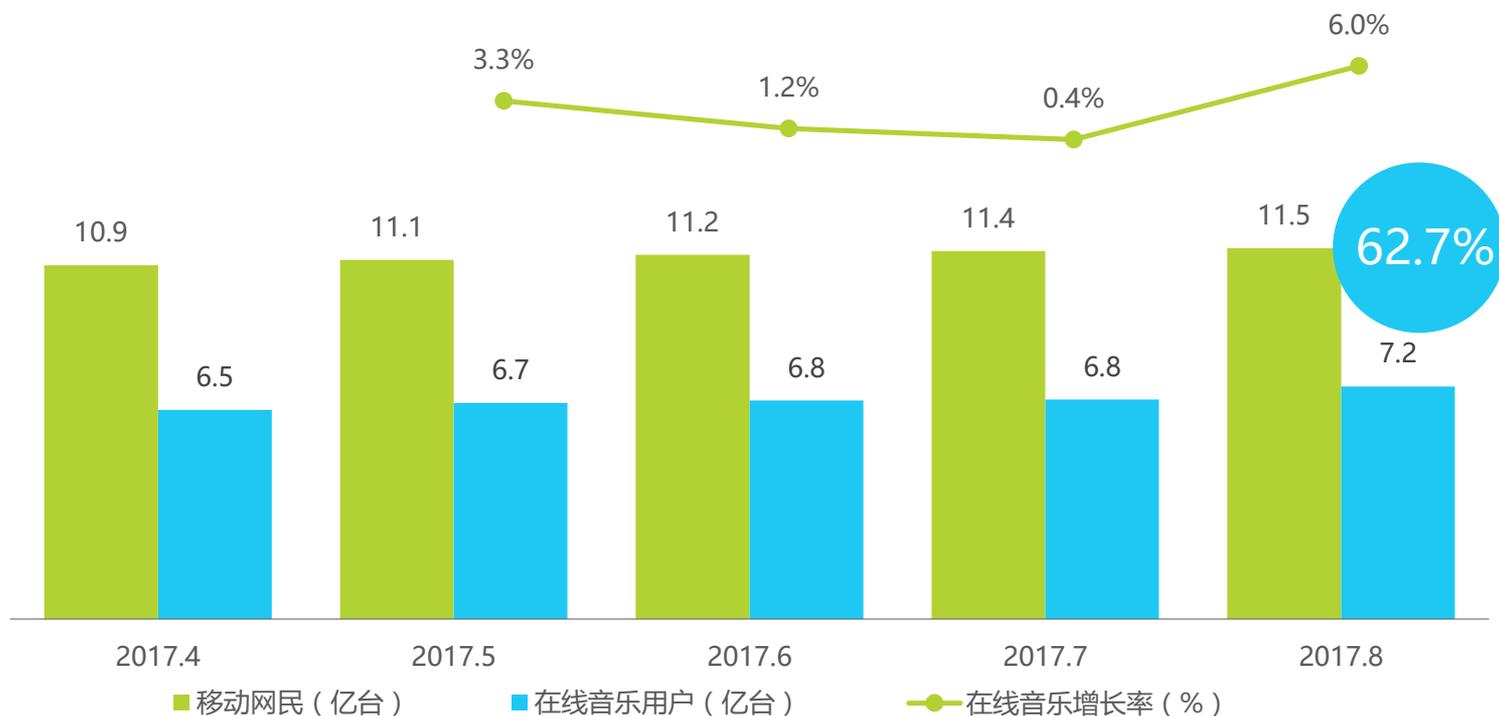
3

- 付费在线音乐用户行为分析
- 80/90后在线音乐用户行为分析（20-35岁）
- K歌音乐用户行为分析
- 在线音乐用户十二星座新主张

移动音乐市场规模平稳增长

在线音乐市场规模仍在稳步扩大，移动在线音乐用户占移动网民近62.7%

mUserTracker-2017年4-8月在线音乐和移动网民月独立设备数和增长率



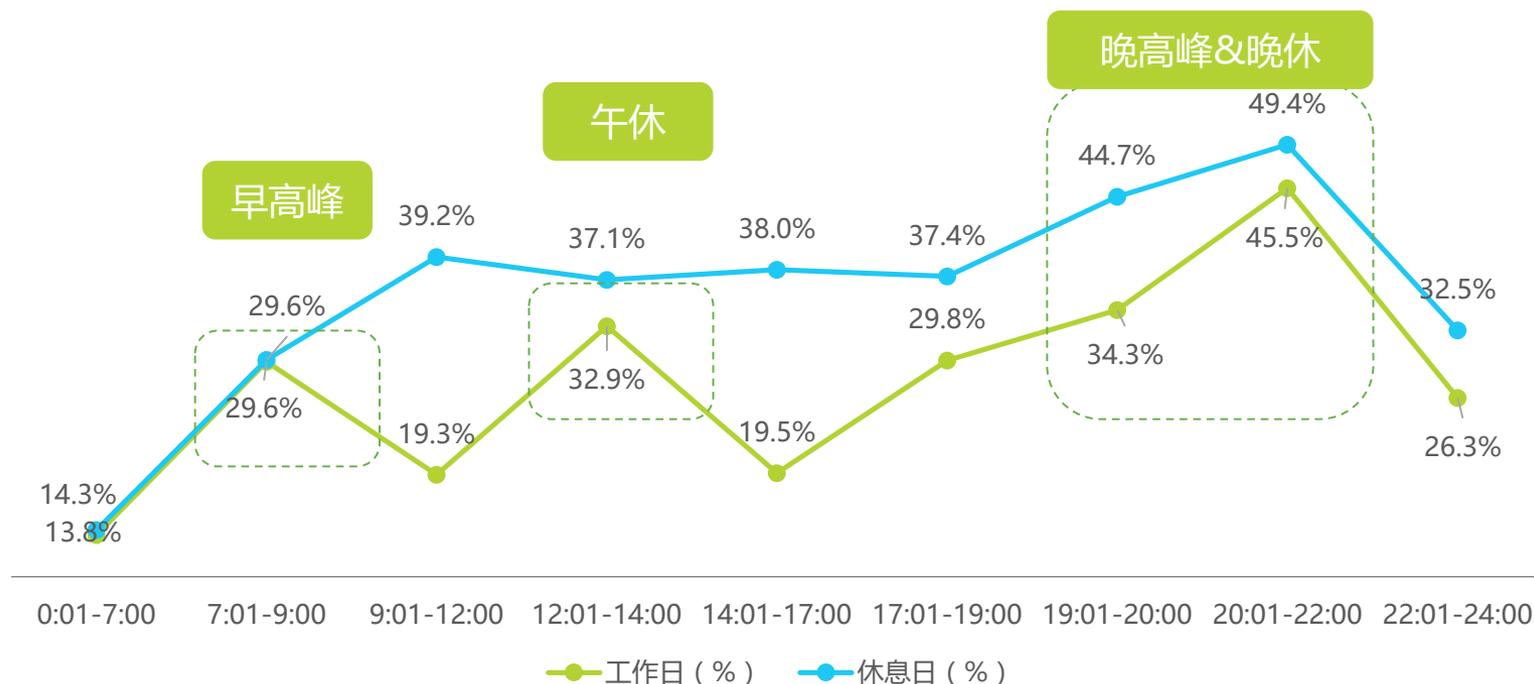
来源：艾瑞mUserTracker，基于400万+样本设备，结合超过1亿设备的运营商数据，由艾瑞咨询集团自主研发的，移动设备行为第三方监测数据产品。

在线音乐用户听音乐的时间分布

在工作日和休息日晚7点到10点是使用音乐APP高频时间段

在工作日，用户在午休、上下班和晚间在家休息时间段听音乐，且在晚间达到高峰；
在休息日，用户听音乐的时间段比较分散，但整体高于工作日

2017年中国在线音乐用户日常使用音乐APP的时间分布



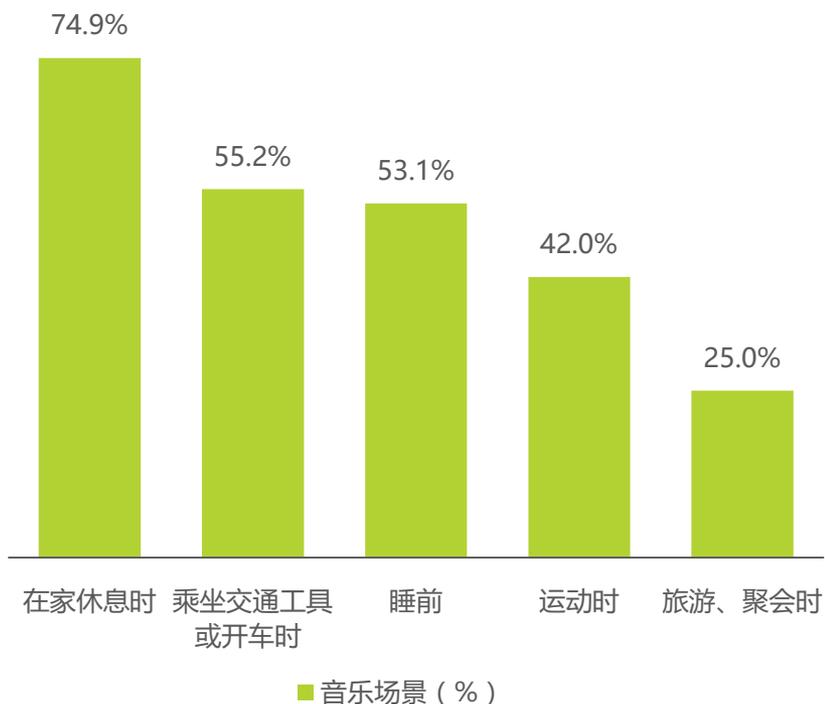
样本：N=2272，于2017年5月通过iUserSurvey在21家网站上联机调研获得。

在家休息和乘坐交通是用户常用场景

早晚上下班高峰和晚间在家休息，是用户最常用的音乐场景

与用户听音乐的时间相结合，用户在早高峰、晚高峰和晚间休息的时间段是听音乐的高频阶段

2017年中国在线音乐用户听音乐的场景



2017年中国在线音乐用户场景音乐偏好



喜欢运动时听音乐的用户，更倾向配上动感的金属、摇滚或者R&B，业余生活也偏爱户外运动探险/极限运动。

(运动场景用户的音乐偏好：金属TGI=130，摇滚TGI=132，R&B TGI=129)



用户乘坐交通工具或者开车时，偏爱安静宁神的电影原声。

(乘坐交通场景用户的音乐偏好：电影原声TGI=118)



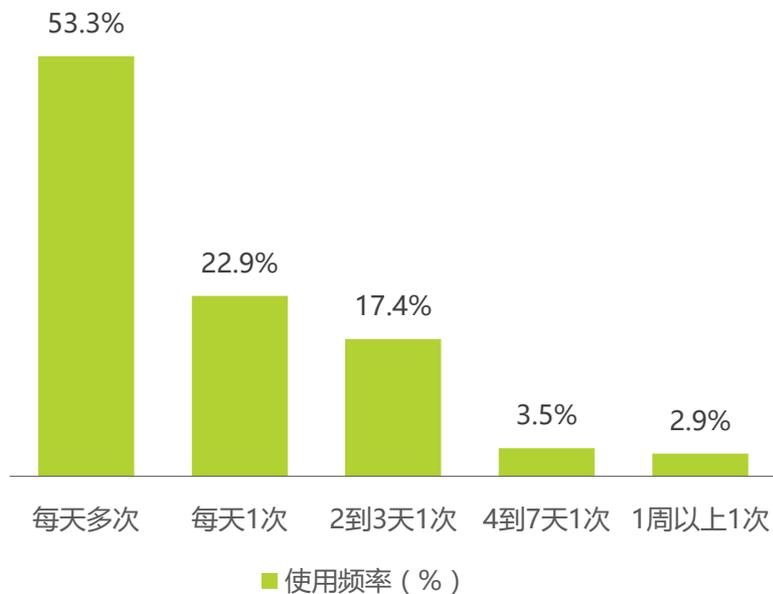
聚会时选择的音乐比较分散，也更个性化，金属、民谣、R&B、摇滚或嘻哈/说唱都有可能成为配乐。

(聚会场景用户的音乐偏好：金属TGI=120，民谣TGI=134，R&B TGI=143，摇滚TGI=134，嘻哈/说唱TGI=133)

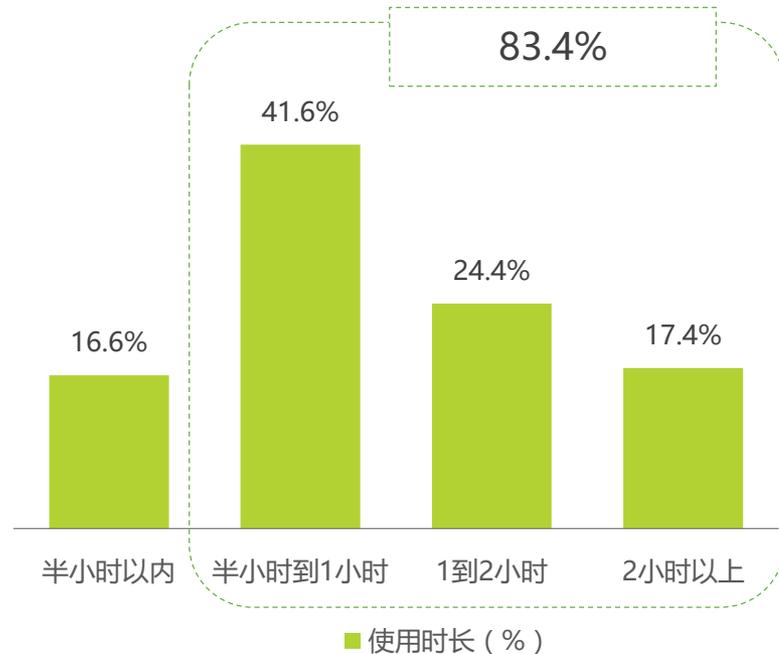
听音乐成为用户生活不可分割的一部分 iResearch 艾瑞咨询

过半用户每天会多次听音乐，八成以上用户单次听音乐时长超过半小时，音乐APP对于用户而言是高频高粘性应用类型

2017年中国在线音乐用户使用音乐APP频率



2017年中国在线音乐用户单次使用音乐APP时长



样本：N=2272，于2017年5月通过iUserSurvey在21家网站上联机调研获得。

样本：N=2272，于2017年5月通过iUserSurvey在21家网站上联机调研获得。

在线音乐行业围绕核心四点不断发展

曲库、音质、交互和推荐算法是在线音乐的核心

1) 曲库核心竞争在其音乐版权，2014年-2016年版权战的白热化，但是随着17年新政策推进，未来版权的流通和共享方面会更一步，音乐人计划带来的个性化音库会得到发展空间；2) 版权的另一方便便是音质的提升，无损音质库有利推进用户的付费意愿，因此对于平台而言会大力发展音质提升和硬件开发等业务。3) 随着用户个性化发展，其体验需求也不断升级，新娱乐功能不断上线（K歌、直播等），同时场景化推荐和歌单推荐有利于平台在移动红利消失的情况下，留住客户并促活，增加用户粘性。

曲库	音质	交互	推荐算法
			
版权&音乐人	无损音质库&硬件	功能扩展K歌/直播	场景化推荐音乐
对于音乐人而言，2014-2016是版权红利的开始， 进而数字音乐开始时代	随着移动端硬件的升级， 用户对于音乐音质也要求 也越来越高，对于平台而言	音乐作为最主要的娱乐方式之一， 尝试泛娱乐的新形式K歌、直播等，目前	休息和上下班是目前最主要的听音乐场景， 但是细分用户的精准推荐若离不开

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_21376

