iResearch
艾 瑞 咨 询

中国车载媒介场景白皮书

2017年

www.iresearch
海量行研报告免费读

摘要

车载媒介特征

车载媒介呈现出**伴随性**、**安全性**以及**简单性**三大特征

车载媒介类型

车载音乐是最受欢迎，历史悠久的车载媒介形式
调频广播是最易实现的地域性车载媒介形式
车载移动音频是近年来发展较快，具有极大发展潜力的车载媒介形式

媒介案例

喜马拉雅FM

用户规模层面，活跃汽车喜马拉雅FM用户约占整体喜马拉雅FM用户的**40%**
市场推广层面，喜马拉雅FM与车厂、后装车机厂商合作开发车机App、API等，并积极适配车机投屏映射服务，通过随车听等车载智能硬件满足用户的收听需求

车载媒介发展趋势

趋势一：移动音频成为更多用户的车载媒介选择
趋势二：泛用型手机投屏服务进一步普及
趋势三：语音输入操作的交互方式进一步发展

来源：艾瑞研究院自主研究及绘制。

©2017.3 iResearch Inc.

车载媒介场景发展概况 1

- 媒介内容服务
- 硬件及系统服务

车载媒介用户分析 2

移动音频案例-喜马拉雅FM 3

车载媒介场景发展趋势 4

车载媒介定义特征

通过多种形式满足车主在行车场景中的信息需求

车载媒介：是指通过汽车车机、智能手机等硬件产品，满足车主或乘员在行车过程和间隙这一特定场景中的信息获取需求的媒介。
由于行车场景的限制，车载媒介也呈现出伴随性、安全性以及简单性三大特征。

车载媒介的特征

伴随性

车载媒介的伴随性主要体现在车主或乘员的**整个行车场景**中，车载媒介都能在不妨碍行车安全的基础上满足相应的信息获取或娱乐方面的需求

安全性

由于司机在行车过程中要保持高度的视觉注意力，以保证**行车安全**，因此车载媒介也应遵循安全性的要求，避免信息传递造成司机的注意力分散或分神

简单性

基于安全性要求，车载媒介呈现出简单性特征，即**操作过程简单**，避免复杂操作对行车的干扰；**内容相对简单**，以信息量相对较少的声音媒介为主

来源：艾瑞研究院自主研究及绘制。

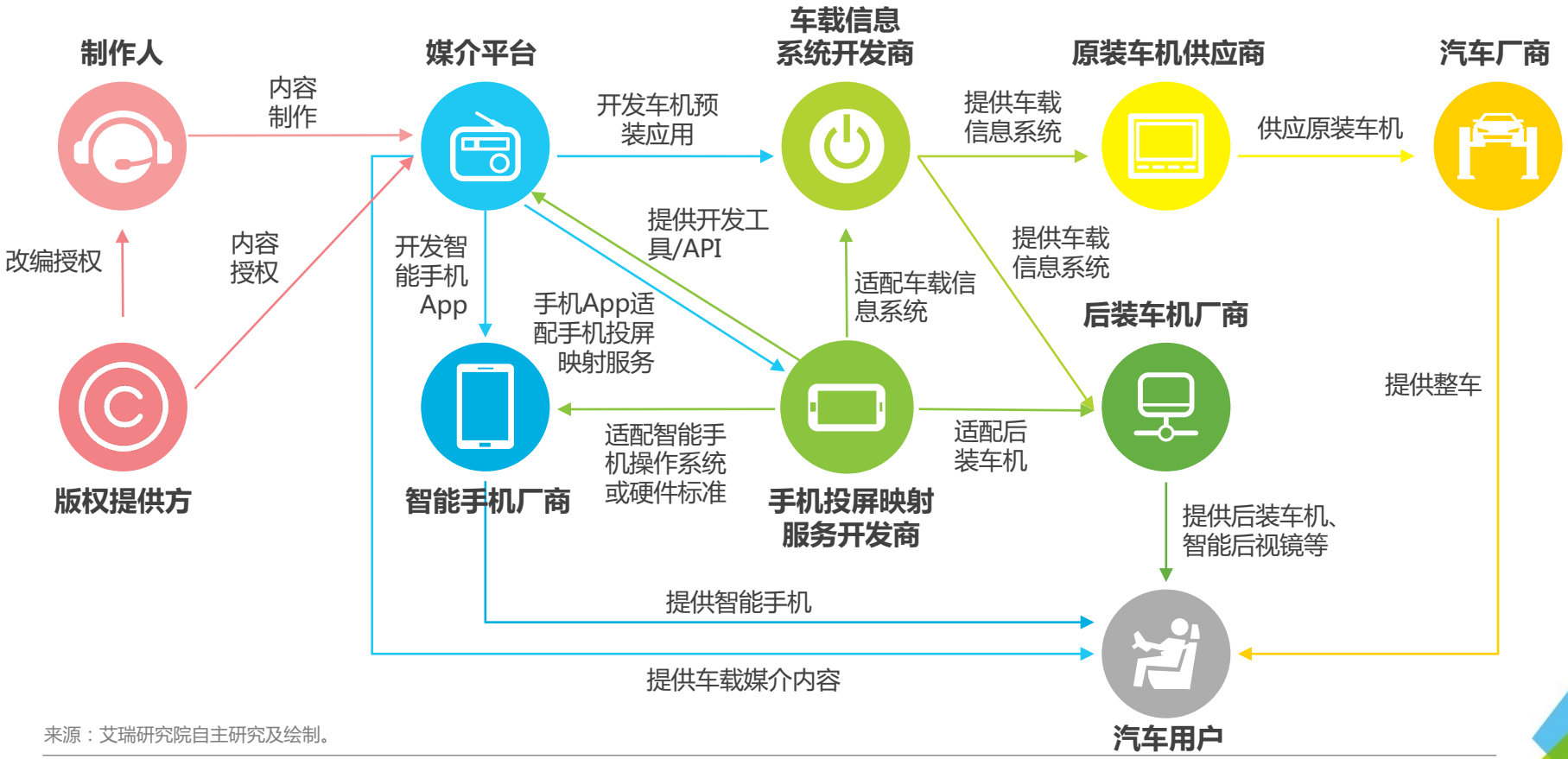
©2017.3 iResearch Inc.

车载媒介产业链

初步形成了较为完备的产业链

中国车载媒介的产业链可以根据其提供的产品或服务类别，分为**上游**的整车、车机硬件厂商（媒介接收），**中游**的车载信息系统及相关服务开发商（媒介功能承载），以及**下游**相关的媒介平台及内容制作者（媒介内容创作）。
目前中国已初步形成了较为完备的车载媒介产业链，但受限于行业发展阶段和技术积累程度，离高度发达尚有一定差距。

2017年中国车载媒介产业链



来源：艾瑞研究院自主研究及绘制。

©2017.3 iResearch Inc.

车载媒介场景发展概况 1

- 媒介内容服务
- 硬件及系统服务

车载媒介用户分析 2

移动音频案例-喜马拉雅FM 3

车载媒介场景发展趋势 4

车载媒介类型

主要以声音为主的传播媒介

由于车载媒介信息要保证行车过程中的**安全**，避免对视觉注意力的干扰，因此车载媒介大多也是以**声音为的传播媒介。**
车载音乐和**调频广播**是历史悠久的车载媒介形式，**移动音频**是近年来发展迅猛的车载媒介形式。

2017年中国车载媒介分类

来源：艾瑞研究院自主研究及绘制。

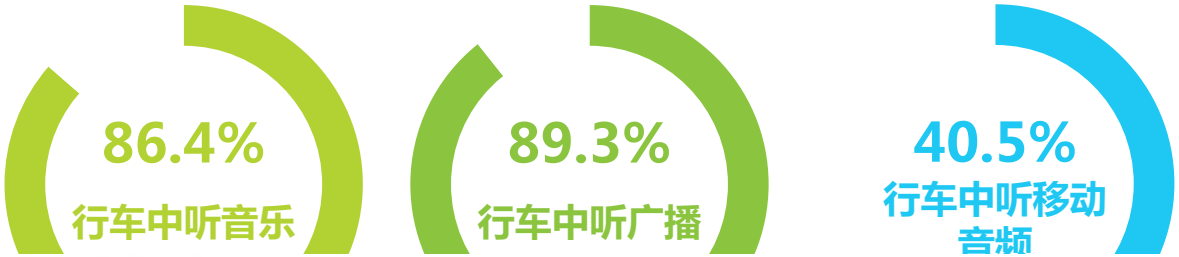
©2017.3 iResearch Inc.

车载媒介类型

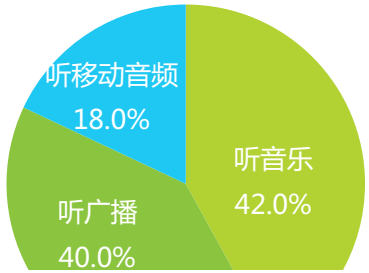
车载音乐和广播固化，车载移动音频成为后起之秀

根据调研，有媒介收听行为的核心车载媒介用户中，有86.4%的用户在行车中收听音乐，89.3%的用户在行车中收听广播，还有40.5%的用户在行车中收听移动音频。
而在用户花费时间最多的媒介中，核心车载媒介用户中有4成以上听音乐的时间最多，4成听广播的时间最多，接近2成听移动音频的时间最多。
车载音乐和广播的发展历史较久，已经成为比较固化的车载媒介，而依托互联网的车载移动音频则成为后起之秀。

2017年中国核心车载媒介用户的媒介收听行为分布



2017年中国核心车载媒介用户花费时间最多的媒介收听行为分布



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_21467