

2021年中国耳朵经济发展专题研究报告

iiMedia Report | Research Report on the Development of
"Listening Economy" in 2021

艾媒大文娱产业研究中心

本报告主要采用市场调查、行业深度访谈、桌面研究等方法，并使用艾媒咨询旗下各大数据计算系统和相关计算模型。

- 对部分相关的公开信息进行筛选，通过对行业专家、相关企业与网民进行深度访谈，了解相关行业主要情况，获得相应需要的数据。
- 对部分相关的公开信息进行筛选、对比，参照用户调研数据，最终通过桌面研究获得行业规模的数据。
 - 政府数据与信息
 - 行业公开信息
 - 企业年报、季报
 - 行业资深专家公开发表的观点
- 根据艾媒咨询商业情报数据库、北极星互联网产品分析系统、艾媒商情舆情数据监测系统和草莓派数据调查与计算系统（Strawberry Pie）的相关数据分析。
- 艾媒商情舆情数据监测系统，全球首个实时全网商情舆情数据监测与品牌声誉监控分析系统，包括负面预警、舆情监控和竞品情报、企业声誉、消费者口碑等，秒级进行全网扫描与数据计算。
- 面向全球针对各领域征集优秀案例企业进行中，[详情可咨询research@iimedia.cn](mailto:research@iimedia.cn)。

用户规模：2022年在线音频用户规模将达6.9亿人



iiMedia Research(艾媒咨询)数据显示，中国在线音频用户规模保持连续增长态势，2022年在线音频用户规模将达到6.9亿人。艾媒咨询分析师认为，随着业务不断拓展，用户渗透率的持续提升，在线音频逐渐成为国民级应用，使用惯性有望推动行业保持增长趋势。

用户调研：在线音频收听场景覆盖全天不同时间段，物联网终端成重要收听工具



调研数据显示，在线音频已经成为了用户在不同时间段、不同场景下的重要娱乐选择。艾媒咨询分析师认为，在线音频已经基本成为全天候应用并且覆盖了多元场景；特别在智能设备、车载终端等的叠加作用下，场景的拓展为在线音频行业提供多元化发展空间。

行业趋势：耳朵经济进入用户红利期，行业盈利空间可期



在多年的行业深耕和市场教育下，耳朵经济的用户付费意愿逐渐增强、用户付费及续费表现也有所提升。一方面，在线音频的内容正不断向精细化和精品化发展；另一方面，基于TTS技术产生的AIGC有效补充了传统的PGC+UGC+PUGC模式。在内容多元化趋势下，在线音频的付费用户已经形成明显增长，耳朵经济产业开始逐步获得用户红利。



目录

1

中国耳朵经济发展特点分析

2

中国耳朵经济内容生态发展洞察

3

中国耳朵经济技术体系发展洞察

4

中国耳朵经济市场发展趋势预判

01

中国耳朵经济发展特点分析

中国耳朵经济产业定义及主要领域分布



本报告中的耳朵经济指的是围绕听觉行为产生的一系列互联网经济活动，主要指在线音频平台及其衍生服务。

耳朵经济的应用及表现形式主要包括电台、广播剧、有声读物、播客和音频直播等。

2021年中国在线音频的用户规模

iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，中国在线音频用户规模保持连续增长，2021年用户规模已达到6.40亿人，预计2022年将达6.90亿人。艾媒咨询分析师认为，在线音频业务不断拓展，用户渗透率提升，网络音频行业形成多元化圈层。

2017-2022年中国在线音频用户规模及预测

Actual and Estimated Chinese Online Audio User's Size from 2017 to 2022



数据来源：艾媒数据中心（data.iimedia.cn）

中国耳朵经济产业的用户使用时长

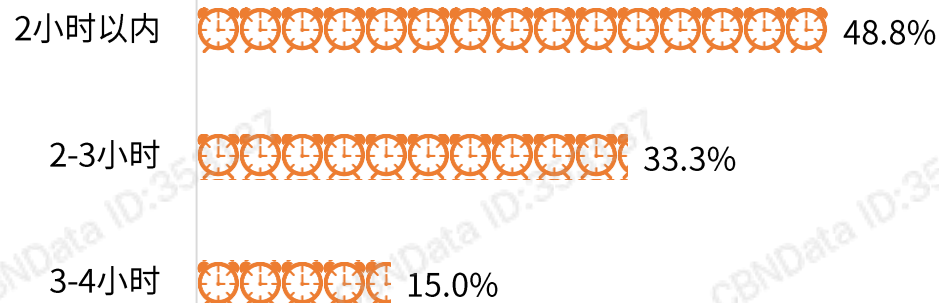
iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，中国在线音频用户日均打开APP次数为2.35次；在线音频用户的平均使用时长为1.56小时。艾媒咨询分析师认为，在线音频应用的普及度持续提升，使用惯性有望推动应用保持增长趋势。

2021年中国在线音频用户使用情况调查

Service Condition of China Online Audio User in 2021



在线音频用户日均打开
APP次数



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_37698

