



中国数字音乐用户 “春节收听” 内容洞察白皮书

艾瑞与酷我音乐联合发布

2020年



海量研报免费读



概念定义

“春节收听”行为：指从春运（指春节期间出于回家探亲、外出旅游等目的发生的县级范围以上地理位置变化）开始到整个春节假期用户发生的收听音乐以及音频内容的行为。



样本条件

使用移动端数字音乐平台（其中酷我音乐为必选项），且参加过春运的中国数字音乐用户（N=1000，于2020年2月通过艾瑞iClick社区联机调研获得）。



指标说明

TGI：目标群体指数，[目标群体中具有某一特征的群体所占比例/总体中具有相同特征的群体所占比例]*标准数100，量化目标群体特征表现情况，以100为特征表现强弱分界，数值越大特征越强。



回顾

中国人心中的“春节”

中国春节典型习俗一览图

春节，即农历新年，是一年之岁首。春节也是中国四大传统节日之中最盛大欢腾的节日，且春节源远流长，在历史传承中不断承载与演变，凝聚着中华文明的传统文化精髓。春节期间，全国各地人民同贺佳节，各地因地域文化的不同而又存在着贺岁活动的细微差异，带有浓郁的各民族特色，形成习俗内容丰富多彩，具有浓郁年味的热闹景象。

中国春节典型习俗回顾

扫尘除旧



张贴年红



观看春晚



阖家年夜饭



守岁拜年



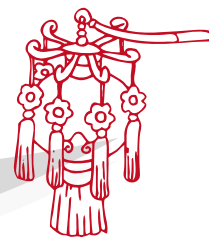
拜神祈福



舞龙舞狮



赏花灯逛庙会

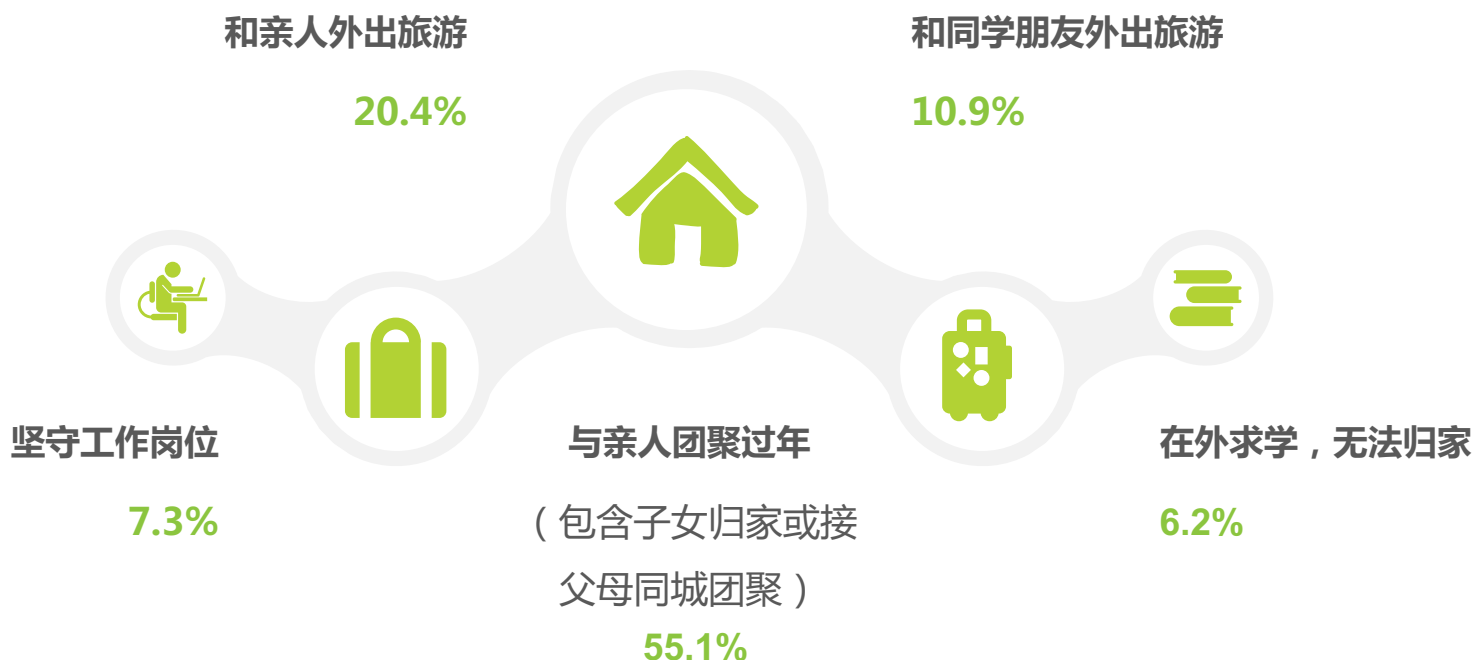


团圆是春节永恒的主题

计划与亲朋好友共享佳节人群占比达85%以上

团圆是春节永恒的主题。在春节来临前，在外的游子盼望着与家人团聚的心理更加强烈。调研中与亲朋好友共享新春佳节的人群占比合计达85%以上，其中计划与亲人居家团聚过年的人群比例为55.1%。同时，随着人们消费升级以及理念转变，春节也逐渐成为休闲旅游的绝佳假期，春节计划外出旅游的人群占比达30%以上。或与家人一起，或呼朋唤友，不论居家还是出游，只要团圆就是过年。

2020年中国数字音乐用户春节原计划



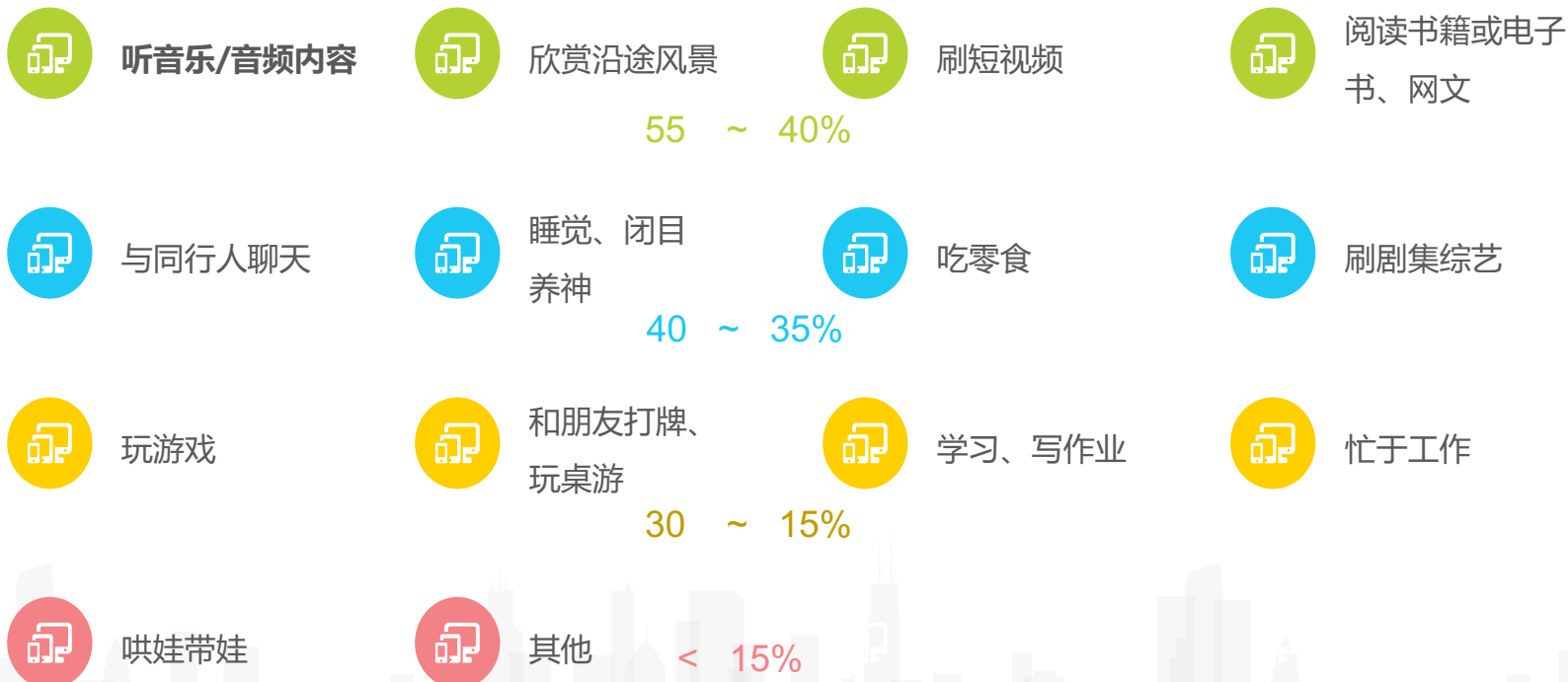
注释：请问您今年过年的安排是？
样本：N=1000；于2020年2月通过艾瑞iClick社区联机调研获得。

春运旅人全景图

“听音乐/音频内容”成为春运路途的首选陪伴

提到春节，则不得不提一种中国特有的文化现象——春运。春运，即春节运输，是中国在农历春节前后发生的交通运输高峰现象。来自五湖四海的人们借助各式各样交通工具，踏上归家的路途。不论路程长短，我们总能看到生动的“春运百态”图景。其中“听音乐/音频内容”成为春运旅人路途的首选陪伴，人群占比比例达55.4%。

中国春运旅人全景图



注释：请问春运路途中您通常如何度过？
样本：N=1000；于2020年2月通过艾瑞iClick社区联机调研获得。

数字音乐平台助力音乐/音频传播与普及 iResearch 艾瑞咨询

用户通过数字音乐APP方便快捷且全面地获取音乐/音频

音乐的储存和传播由最早的黑胶唱片逐渐演变成更加轻便且易于携带的磁带、CD唱片等格式，最终借助互联网平台发展成为无实物的数字形态，具有易制作、易传播、易储存的特点。在更大程度上提高了音乐的传播效率与普及率。伴随智能手机的兴起，2010年后数字音乐正式进入移动端时代，数字音乐APP借助自身丰富优质的版权资源成为用户获取音乐/音频内容的主要来源。

中国音乐传播及储存形态发展时间线



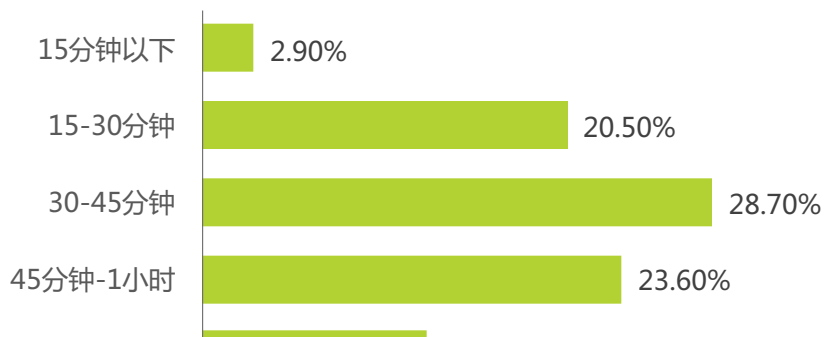
来源：根据公开资料，艾瑞咨询研究院自主绘制。

春节期间数字音乐平台用户使用行为

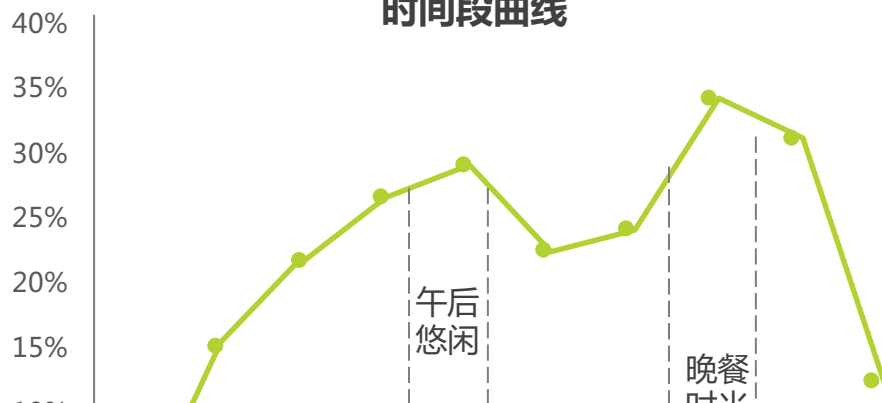
酷我音乐用户单日使用时长在半小时以上占比达76.6%

据调研数据显示，以酷我音乐为例，用户春节期间单日使用时长主要集中在30分钟到1小时之间，占比达50%以上；使用时长在1小时以上的用户占比达24.3%；使用高峰时间集中在12-14点，以及18-20点之间。数据整体显示出春节期间平台仍具备较强的用户粘性。

2020年春节期间酷我音乐用户单机单日使用时长



2020年春节期间酷我音乐用户使用时间段曲线



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_20963

