

# 中国车载音频营销价值研究报告

2019年



## 车载媒介

车主或乘员在行车过程和间隙这一特定使用场景中，通过相关硬件以满足其信息获取、娱乐放松等多种需求的媒介

## 活跃车载媒介用户

个人或家庭拥有一辆及以上私家机动车，开车频率在每周多次以上，且具有稳定车载媒介收听行为的汽车用户



|            |   |
|------------|---|
| 车载媒介发展概况   | 1 |
| 车载媒介用户分析   | 2 |
| 车载音频营销价值分析 | 3 |
| 车载音频营销案例   | 4 |
| 车载音频营销发展趋势 | 5 |

# 车载媒介类型

## 主要有传统调频广播和网络音频两种媒介类型

由于车载媒介的使用要保证行车过程中的安全，避免对视觉注意力的干扰，因此车载媒介大多是以**声音为载体的传播媒介**。目前常见的车载媒介类型主要有传统调频广播、网络音频和数字音乐服务。由于数字音乐服务在内容上仅提供音乐服务，具有单一性，故不在本报告的主要研究范畴内。

### 2019年中国主流车载媒介类型

| 维度        | 调频广播             | 网络音频                             |
|-----------|------------------|----------------------------------|
| 传播介质      | 无线电信号            | 互联网                              |
| 是否有地域接收限制 | 是，不同频段只能辐射特定地域范围 | 否，在网络环境甚至非网络环境下（音频节目和有声书）都可以随意收听 |
| 内容提供方     | 国营广播电台           | 网络音频平台                           |
| 收听成本      | 全部免费收听           | 大多数免费收听，部分需要付费收听                 |
| 收听设备      | 汽车内置的FM接收器       | 手机、车机等车内联网设备                     |
| 播放形式      | 实时直播             | 除音频直播外，内容既可以在线流播，也可以缓存数字文件离线播放   |

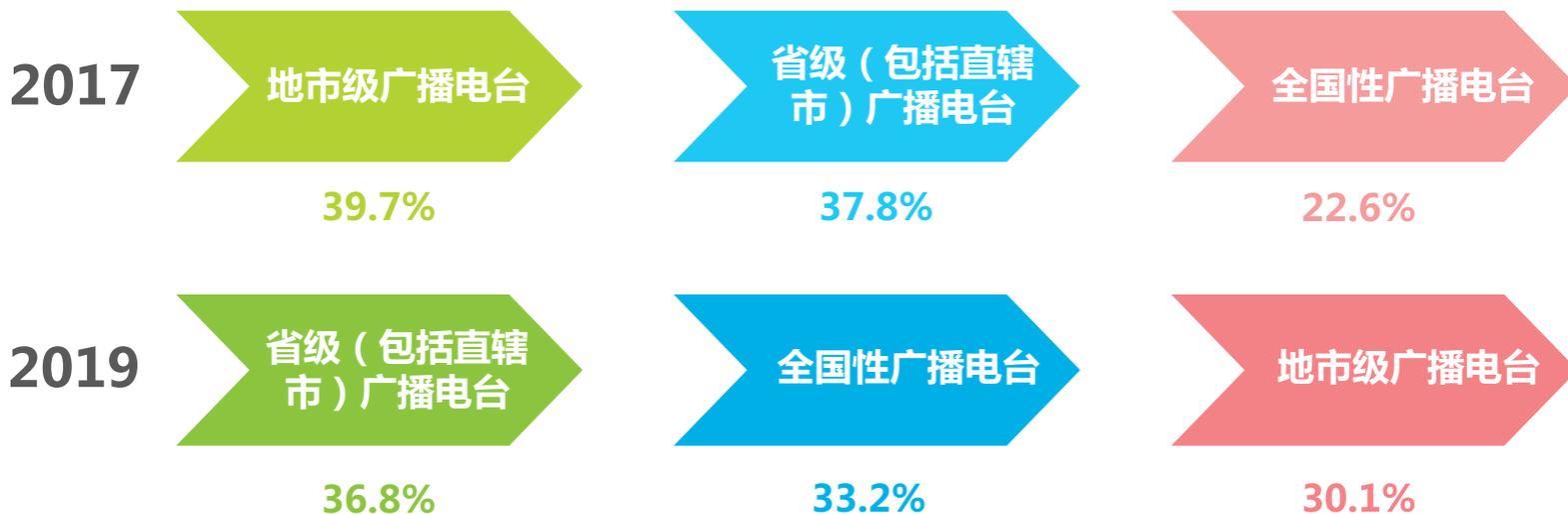
来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

# 车载媒介收听方式-传统调频广播

## 听众由地市级广播电台迁移，全国性广播电台影响力增强

传统调频广播是地域性十分显著的车载媒介。通过对比车载广播用户收听最多的广播电台地域类型分布可知，2017年到2019年，全国性广播电台的竞争力大幅提升，而地市级广播电台的影响力大幅收缩，二者之间形成了明显的听众资源的迁移过程。艾瑞咨询认为，随着地市级广播电台从业人员的流失和节目水准的不断下滑，这一趋势还将持续下去。

中国活跃车载广播用户收听最多的广播电台地域类型分布



注释：请问最近半年，您在开车过程中，收听过哪些地域范围的传统广播电台，其中收听最多的是？  
样本：2017N=980，2019N=1604；分别于2017年1月和2019年4月在艾瑞iClick社区联机调研获得。

# 车载媒介收听方式-网络音频

## 收听方式多样，蓝牙无线连接车机是最常见的收听方式

相较于传统调频广播，网络音频的收听方式多样，既包括手机蓝牙无线连接车机、手机公放这样较容易实现的方式，也包括车机APP、投屏映射服务这样需要音频APP适配，但收听体验更优的方式。

未来随着车联网的深入发展和车机联网的普及，以及以苹果Carplay和百度Carlife为代表的投屏映射服务得到主流车型的支持，车机APP和投屏映射服务将逐渐成为车载网络音频收听的重要实现方式。

### 2019年中国车载网络音频的主要收听方式

| 维度     | 车机（车载中控系统）APP               | 手机蓝牙无线连接车机（车载中控系统） | 投屏映射服务                | 手机公放    |
|--------|-----------------------------|--------------------|-----------------------|---------|
| 应用适配层面 | 需要音频平台对特定车机的应用（如SDK、API等）支持 | 无需适配支持             | 需要移动端音频APP适配对应的投屏映射服务 | 无需适配支持  |
| 联网方式   | 车机联网                        | 手机联网               |                       |         |
| 操作方式   | 车机触摸屏操作<br>语音交互             | 手机触摸屏操作            | 车机触摸屏操作<br>语音交互       | 手机触摸屏操作 |
| 操作便捷度  | 较高                          | 较低                 | 较高                    | 极低      |
| 收听体验度  | 高                           | 中等                 | 高                     | 低       |
| 普及程度   | 较低                          | 高                  | 中等                    | 高       |

来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

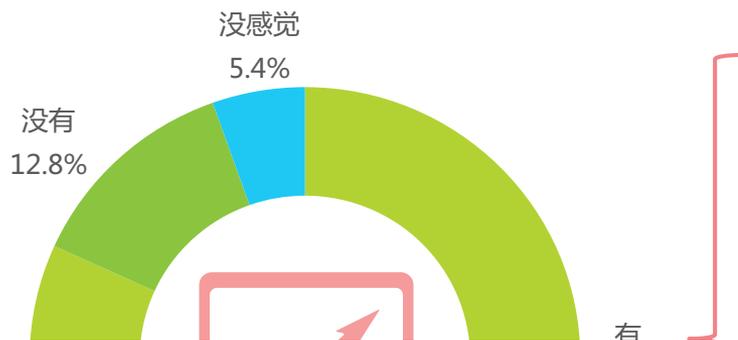
# 车载媒介收听方式-网络音频

## 用户感知层面，车载网络音频的收听体验不断提升

技术驱动下网络音频在车载环境下收听体验的提升，是网络音频成为重要的车载媒介的前提条件。

在有换车经历的活跃车载音频用户中，有81.8%的用户感知到了车载音频收听体验的提升，其中蓝牙连接更加稳定（57.3%）、车机联网直接收听内置的移动音频APP（57.0%）以及用户上车后手机能自动连接车机蓝牙（56.5%）是体验提升的主要表现。目前各厂商都加大了对车载娱乐系统的投入力度，未来更加便捷车载网络音频收听方式有望得到进一步普及。

### 2019年中国活跃车载音频用户在换车后对车载音频收听体验提升的感知



### 2019年中国活跃车载音频用户换车后音频收听体验提升的主要表现



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\\_21090](https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_21090)

