



# 中国音乐直播用户白皮书

艾瑞与酷狗直播联合发布

2018年



海量行研报告免费读

# 摘要



背景：泛娱乐直播用户规模相对固定，但用户粘性持续增长；从市场规模来看，仍有较大发展空间。



音乐直播行业现状：音乐直播目前作为泛娱乐直播行业的重要内容类别，拥有较为丰富的分发渠道，玩家的不断涌入造成市场竞争愈发激烈。



用户行为：音乐直播用户在使用频率、观看粘性、打赏意愿等方面均显著高于整体直播行业水平。



用户态度：音乐直播成为众多直播内容类别中用户满意度评价最高的内容，用户对音乐直播留下专业化、国际化、健康的品牌印象。



未来发展趋势：音乐直播走向成熟，并为整体音乐市场带来新的活力。

# 基本定义与样本说明

## 音乐直播指以音乐作为主要表演内容的直播类别

基本定义：音乐直播指以音乐作为主要表演内容的直播类别，目前主要类别包括歌曲演唱、乐器演奏、DJ打碟、歌舞结合等表演形式，是泛娱乐直播内容中的重要类别。

样本说明：本次调研共收取900份有效问卷，其中600份为直播行业用户，通过艾瑞自有问卷回收平台，i-Click社区-New进行回收。300份为音乐直播行业用户，以酷狗直播平台用户作为行业代表，通过酷狗直播平台进行收取。

所有样本均通过艾瑞数据监测产品年龄结构进行配比。

### 2018年直播用户年龄配比

	样本数
24岁以下	142
25-30岁	192
31-35岁	180
36-40岁	70
40岁以上	16

### 2018年音乐直播用户年龄配比

	样本数
24岁以下	96
25-30岁	110
31-35岁	66
36-40岁	19
40岁以上	9

中国音乐直播行业发展背景

1

中国音乐直播行业用户使用行为

2

中国音乐直播行业用户画像

3

中国音乐直播行业典型企业案例

4

# 泛娱乐直播发展为音乐直播奠定基础

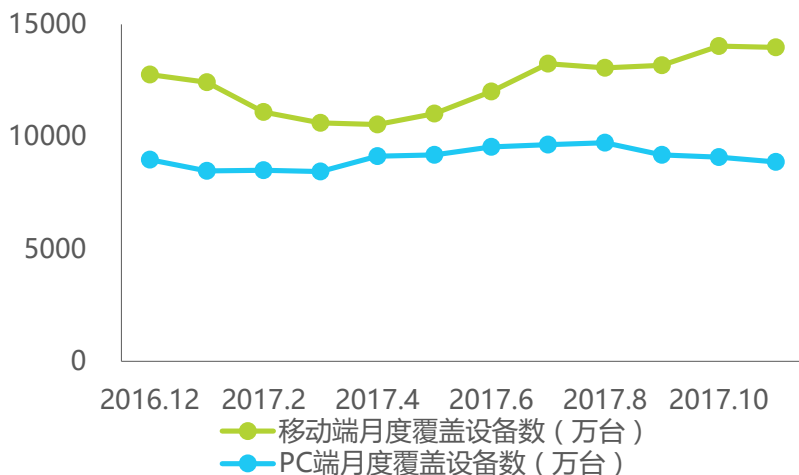
## 用户趋于稳定，粘性提升显著

PC端客户相对稳定，多为最早秀场直播、游戏直播的忠实用户。而移动直播经过去年的火爆现象，用户规模迅速攀升后，自2016年12月起，泛娱乐直播平台的大规模运营推广活动减少，部分非粘性用户在此过程中退去，泛娱乐直播每月活跃用户数呈现明显下降趋势，至2017年6月，直播用户重新回归上升趋势。一部分受暑期档影响，学生用户回归；此外6月用户规模的明显回暖与政府对违规直播平台的强力打压相关，大量违规平台强制关停，使得用户进一步向主流平台汇聚。直播行业逐渐进入收割期，主流平台竞争将会进一步加剧。

泛娱乐直播行业移动端用户经过动荡，目前相对稳定，保持在1.3亿左右的用户规模。在用户规模沉淀过后，留存用户多为行业忠诚用户，随着平台内容运营能力提升，用户使用粘性增加明显。

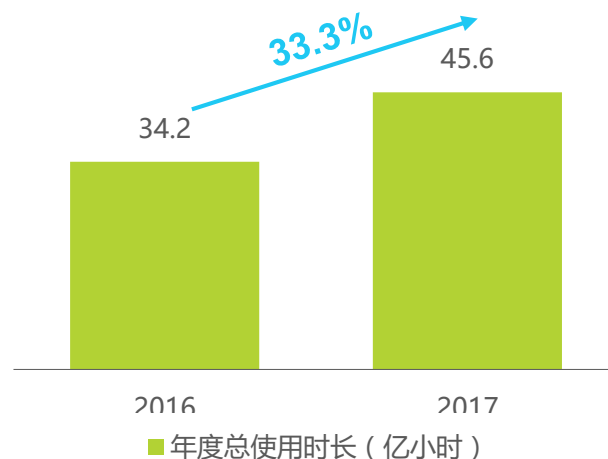
### 2016年12月-2017年11月泛娱乐直播

#### 月度覆盖设备数



来源：1. PC数据来源于iUserTracker. 家庭办公版 2018.01，基于对40万名家庭及办公（不含公共上网地点）样本网络行为的长期监测数据获得；2. 移动数据来源于mUserTracker. 2018.1，基于日均400万手机、平板移动设备软件监测数据，与超过1亿移动设备的通讯监测数据，联合计算研究获得。

### 2016年&2017年移动端泛娱乐直播 行业年度总使用时长



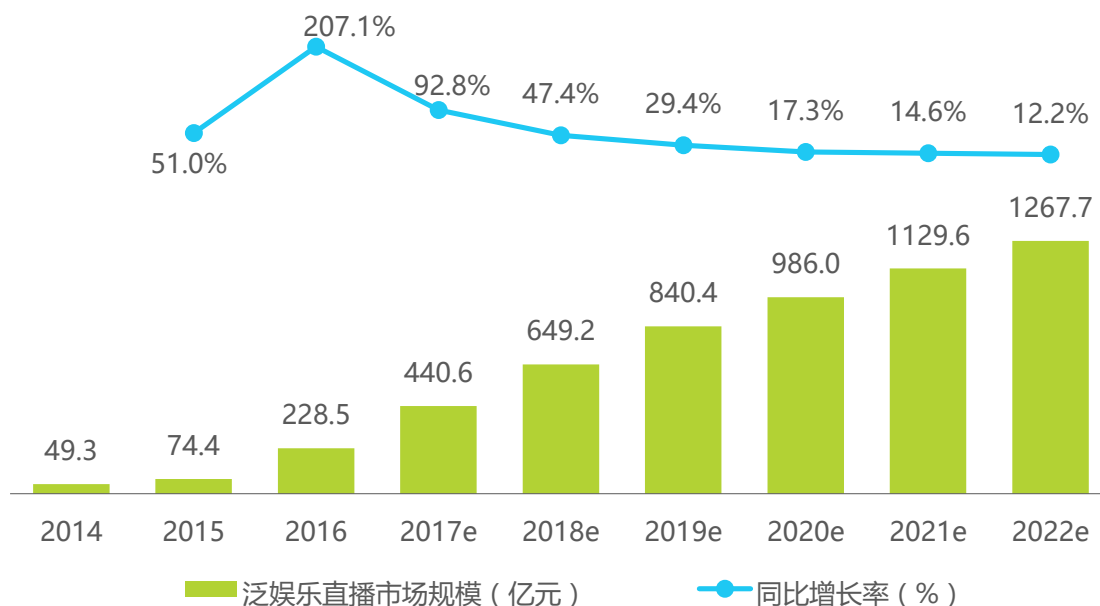
来源：移动数据来源于mUserTracker. 2018.1，基于日均400万手机、平板移动设备软件监测数据，与超过1亿移动设备的通讯监测数据，联合计算研究获得。

# 泛娱乐直播行业市场规模

## 商业模式升级扩大整体行业市场空间

进入2017年，泛娱乐直播用户人口红利削弱，用户规模趋于稳定。平台逐渐将视线从快速拉活向提高ARPU值转变，在当前直播行业用户粘性较高，相对稳定且付费意愿高的情况下，未来仍有较大的发展空间：1.通过创新的运营活动，激发用户热情，扩张用户群体，如直播答题；2.探索流量变现，提高营销收入，完善直播行业的商业模式；3.直播与其他的泛娱乐IP联合运营，实现IP价值的最大化，如音乐直播的数字专辑购买，游戏直播的周边等。

### 2014-2022年泛娱乐直播市场规模及预测



来源：综合企业财报及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算，仅供参考。

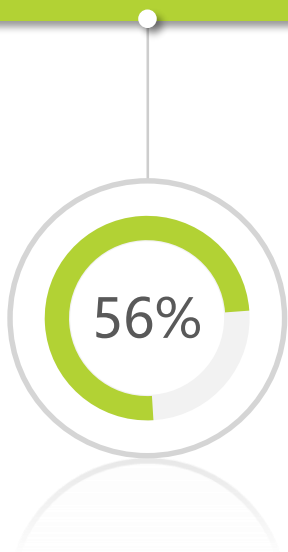
# 音乐直播成为直播行业中的重要内容

## 音乐直播覆盖用户广，且为用户接触直播的重要入口

音乐直播为泛娱乐直播中的最主要类别之一，目前根据用户行为调查来看，56%的直播用户看过音乐直播内容，且有近9%的用户，第一次观看的内容为音乐直播。

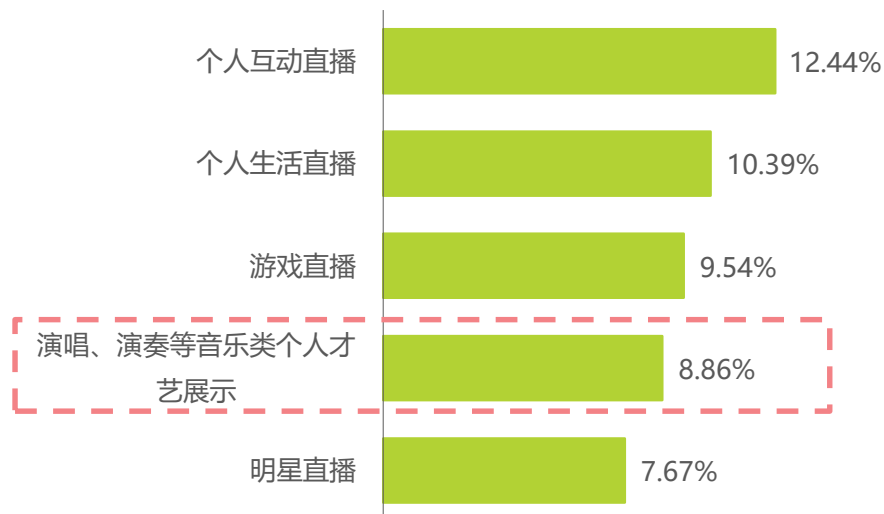
音乐直播在整体直播用户中渗透率较高，且成为用户接触直播的重要入口。

观看过音乐直播的用户



### 2018年直播用户第一次观看的直播类别

TOP5



# 音乐直播产业链分析

## 分发渠道多样化，可与其他音乐平台良好结合

音乐直播产业链相对清晰，拥有多维的内容提供方和分发渠道成为音乐直播行业的特色。

内容提供方：音乐直播相对来说主播门槛较高，对主播的音乐才华有一定的要求，但与此同时，给怀有音乐梦想拥有音乐才华的普通素人提供了更多的机会。相比线下，在直播平台上进行表演，可以相对简单的获取上千上万人的关注，随着网络媒体渠道拓展，主播进阶成为大众歌手将会有更大的可能。

分发渠道：音乐直播的变现能力和用户吸引能力受到平台关注，各平台积极引入音乐直播功能，丰富产品形态。

### 2018年音乐直播产业链示意图



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\\_21314](https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_21314)

