

中国在线音频行业研究报告

2016年

www.iresearch.cn



海量行研报告免费读

核心观点



按照上下游分为**内容方、传播方及收听方**。音频平台通过整合上下游资源促使完整产业链形成，扮演了关键角色

发展历程可分为**播客时代、过渡探索时代、泛媒体传播时代**三个阶段。目前行业处于泛媒体传播的初期阶段

2016年用户进入**平缓增长期**，整体用户规模在2亿左右。行业竞争从用户行为普及向用户争夺和平台黏性、活跃度培养转移

都处于**高速发展期**，长远来看，中国的行业生态会更加丰富，市场更具活力，可以为美国行业发展提供经验教训

内容模式上，多元发展，个性化和专业化齐头并进；**商业模式上**，营销、付费和IP改编推动商业变现

来源：艾瑞研究院自主研究及绘制。

©2016.11 iResearch Inc.

www.iresearch.com.cn

在线音频行业概述

1

在线音频用户画像及行为挖掘

2

中美音频行业发展情况比较

3

在线音频行业商业价值分析

4

在线音频行业趋势分析

5

概念定义

在线音频：包含播客节目、有声书及网络电台的音频内容

在线音频：是指除完整的音乐歌曲或专辑外，通过网络流媒体播放、下载等方式收听的音频内容，主要包括播客节目、有声书以及网络电台三个主要的实现形式。内容上涵盖了新闻播报、脱口秀、评论访谈、相声评书、广播剧、教育培训等多个类型。

在线音频平台：是指运营并向用户直接提供**在线音频**的内容平台。由于涉及音乐作品的版权交易和服务，音乐流媒体电台如豆瓣FM、酷FM不在本报告的研究范围之内。

在线音频主要类别介绍



播客节目

在互联网上发布文件，并允许用户订阅feed以自动接收新文件的方法被称为播客。

技术标准：RSS 2.0文件格式

实现方式：订阅模式

特征：后台自动接收下载，跨设备同步



有声书

一种个人或多人依据文稿，并借着不同的声音表情，和录音格式所录制的音频作品。

技术标准：数字无障碍信息系统（DAISY）

实现方式：流媒体播放或文件下载

特征：听众根据段落章节进行音频内容的跳转与收听



网络电台

经由网络来广播的广播电台模式，传统的调频广播借助网络进行实时播放，也属于网络电台的一种形式。

技术标准：串流媒体技术

实现方式：流媒体播放

特征：实时

行业发展政策环境

版权环境趋好，文创产业受到扶持

近年来相关政策成为行业发展利好因素。一方面，**制订法律法规和行政执法**的方式双管齐下，国内版权环境得到很大改善，侵权转载和盗播行径受到抑制，行业规范逐步落实；另一方面，国家大力扶持**文创产业融合发展**，音频与**网络文学、图书出版**等相关文化产业保持了密切合作与联系，是融合发展的重要对象和领域。

近年来中国在线音频行业发展的政策环境



版权确立：2010年2月新修正的《**中华人民共和国著作权法**》明确提出了对口述作品和音频制品的著作权保护。

版权秩序维护：2015年4月，国家版权局印发《**关于规范网络转载版权秩序的通知**》，通知在规范网络转载版权秩序、推动版权保护与交易方面发挥了重要作用。

侵权打击：相关部门联合开展常态化的打击网络侵权盗版专项治理“剑网行动”，未经授权及盗用的有声书成为近年来打击的重点对象。

内容创业融合发展：2014年3月，国务院出台《**关于推进文化创意和设计服务与相关产业融合发展的若干意见**》，标志着文化创意和设计服务与相关产业融合发展正式成为国家战略。作为内容载体的音频有了更多想象的空间。

行业发展经济环境

媒体转型机遇、车载娱乐需求与知识经济试水

我国经济不断发展带来的新变化推动了行业进步：传统广播电台在移动互联网的现状下亟待进行**媒体转型**；私家车保有量的提升刺激了**车载音频的娱乐需求**；知识经济时代**音频成为知识内容的传播载体**……这些经济因素都成为在线音频行业发展的新机遇。

近年来中国在线音频行业发展的经济环境



传统广播的互联网转型：传统广播电台在节目内容开发制作和运营上经验丰富，但受限于渠道衰落，影响力式微。一些电台为寻求发展空间，借助音频平台在互联网上传播节目内容，并与受众进行互动，实现媒体转型。

车载娱乐需求：据交管局发布统计数据，截至2015年底，全国私家车保有量已达**1.24亿辆**，平均每百户家庭拥有**31辆**。行车场景下听觉成为司机接收信息的唯一选择，音频媒介在满足车载娱乐需求上优势明显。

内容付费试水：知乎、果壳等知识内容社区迅速发展，积极探索内容变现方式，初步培养了用户的知识付费行为。借助专业化制作和高水平主播及运营团队，音频将成为知识经济时代下内容的承载主体。

行业发展技术环境

移动互联网深入发展，实现成本降低

移动互联网浪潮成为行业增长的技术基础。与PC时代播客需要电脑下载-播放器转存-用户收听流程相比，移动互联网时代用户浏览、聆听音频内容及讨论交流的全过程仅需智能手机就能完成，实现成本大大降低，音频直播和网络广播也得到迅速普及。

近年来中国在线音频行业发展的技术环境



移动网络拓宽音频场景：截至2016年8月，中国4G用户总数已达6.46亿户，高速移动通信网络的普及和无线网络的大规模覆盖使用户能够随时随地浏览收听在线音频内容，拓宽了音频媒介的使用场景和空间。

云服务降低实现成本：云服务的普及使更低的价格享受更加快速稳定的服务器存储服务成为可能，促进了网络流媒体广播的推广，降低了音频节目的存储压力。

工具降低制作成本：以智能手机为代表的移动上网设备在硬件方面（音频降噪与收集）和软件方面（轻量化剪辑修缮）的进步，使智能手机就能完成较为简单的录音—剪辑—上传流程，降低了音频的制作门槛。音频平台自有或合作的专业录音棚使更多主播能够通过专业方式生产音频内容。

行业发展社会文化环境

用户付费意愿提升，多元文化不断涌现

社会文化方面，用户的内容付费意愿逐步提升，并在音乐和视频领域表现显著，越来越多的用户开始为优质内容付费，消费观念发生转变；移动互联网下社群文化的发展和文化领域的不断细分，音频作为内容传播的媒介载体，价值得以展现，并在发现和传播过程中凸显了其优势。

近年来中国在线音频行业发展的社会文化环境



付费意愿

用户内容付费意愿提升：经济发展和收入增长下，越来越多的用户开始有了为内容付费的意愿。优质音频内容尤其是制作精良的有声书满足了用户的文化消费需求，付费潜力不可小觑。



社会文



社群文化

社群文化需要交流渠道：网络社群的发展使有着相同兴趣爱好和态度观念的用户群体能够更好地聚集。合适的交流渠道能够提升社群黏性，音频媒介易交流易传播特性和情感化特征使其成为社群交流沟通的重要载体。

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_21513

