

中国大众阅读市场年度综合分析2019

本产品保密并受到版权法保护

Confidential and Protected by Copyright Laws

Analysys 易观
你要的数据分析



数据说明

- 千帆分析全国网民，分析超过99.9%的APP活跃行为。
- 千帆行业划分细致，APP收录量高，分析45领域、300+行业、全网TOP 4万多款APP。
- 千帆是数字化企业、投资公司、广告公司优选的大数据产品，2015年至今累计服务客户数量400+。

分析定义






- 本分析涉及的数字阅读，是指用户借助PC、手机、平板电脑、阅读器、智能音箱等电子设备，对通过信息网络向公众提供的，具有编辑、制作、加工等出版特征的文字、音频等内容进行在线或离线阅读的方式，具体包含大众阅读、专业阅读等内容。
- 大众阅读是指用户在数字阅读时，阅读非专业化内容的行为，内容如：网络文学、电子化出版文学等
- 专业阅读是指用户在数字阅读时，阅读专业化内容的行为，内容如：期刊文献、论文数据库等。

分析范畴

- 本分析重点分析大众阅读市场，从用户阅读书籍的角度出发，对文字阅读、音频阅读、图书领读三类市场主流阅读方进行了分析。不包含有声市场中问答课程、音频节目等内容。
- 分析内容包括：市场背景、典型厂商、用户发展特点、发展趋势等。
- 其中，数据来源包括易观千帆产品的检测数据、企业访谈、专家访谈、公司财报、网络公开资料、问卷调研等。

目录

CONTENTS

- 01  | 中国大众阅读市场发展现状——阅读营造美好生活
- 02  | 中国大众阅读市场企业发展概况
- 03  | 中国大众阅读市场典型企业分析
- 04  | 中国大众阅读市场典型企业分析
- 05  | 中国大众阅读市场典型企业分析

PART 1



中国大众阅读市场发展现状——阅读营造美好生活

© Analysys 易观

www.analysys.cn



1999-2006

从“知识工程”到“全民阅读”，图书零售市场萌芽

2006-2012

从PC到移动端，全民阅读氛围逐步浓厚

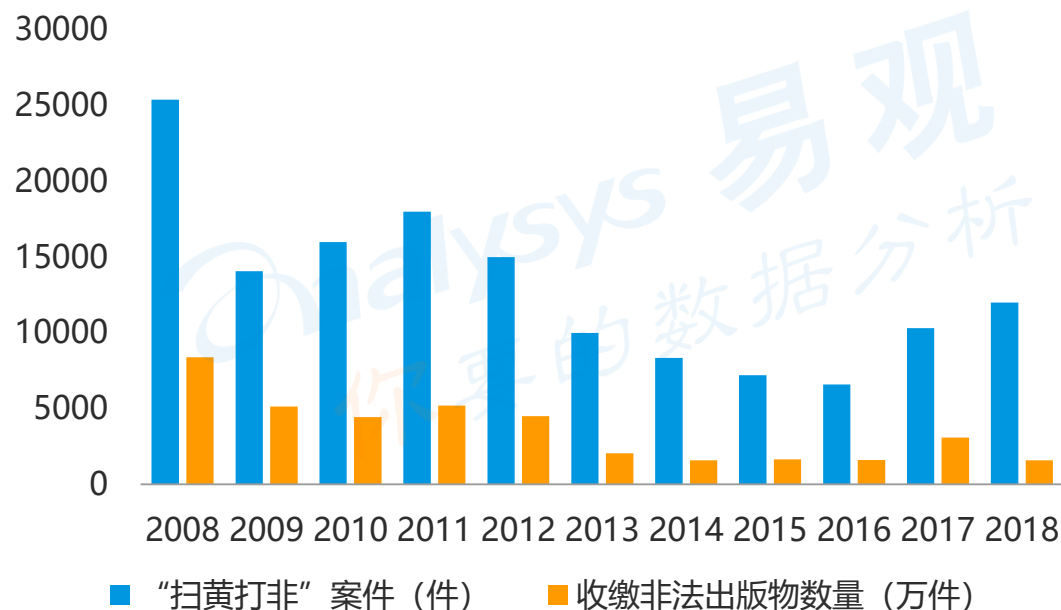
2012-2019

全民阅读六入政府工作报告，数字阅读贡献增长力量

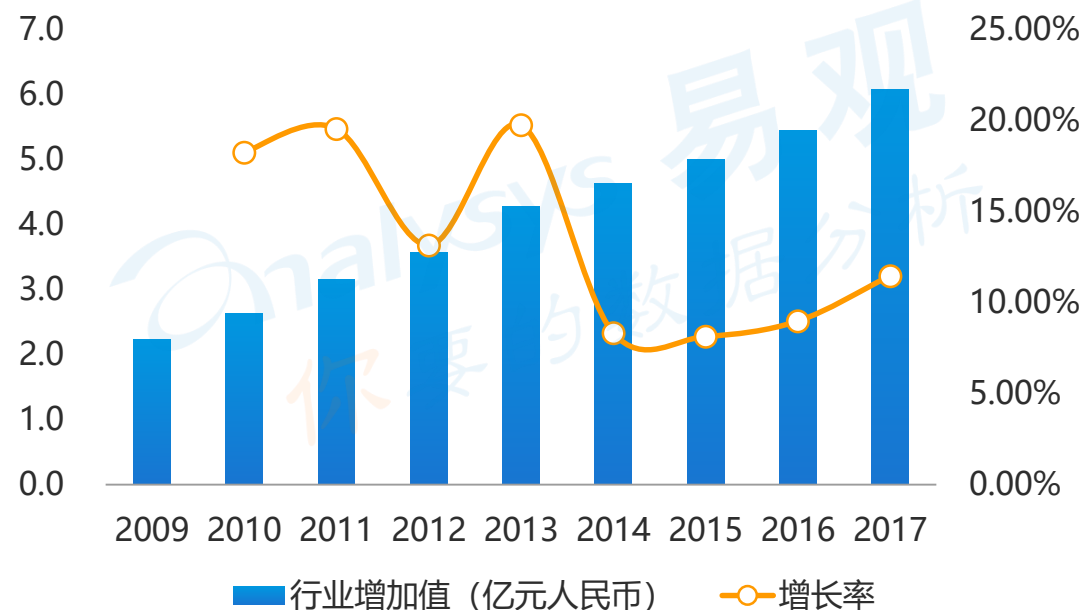
政策监管与推动：版权毒瘤坚决治理，行业价值强力放大

- 净网行动十年以来，全国查处各类案件共计**142906件**，收缴各类非法出版物共计**3.92亿件**；
- 近年来，网络产业发展迅猛，网络环境变化大、更新快，“扫黄打非”部门不断适应新形势，随着行动的不断深化，全国范围内“涉黄涉非”案件与非法出版物数量整体呈现下降趋势。

2008-2018 “扫黄打非” 案件及非法出版物收缴情况



2009-2017我国版权产业的行业增加值

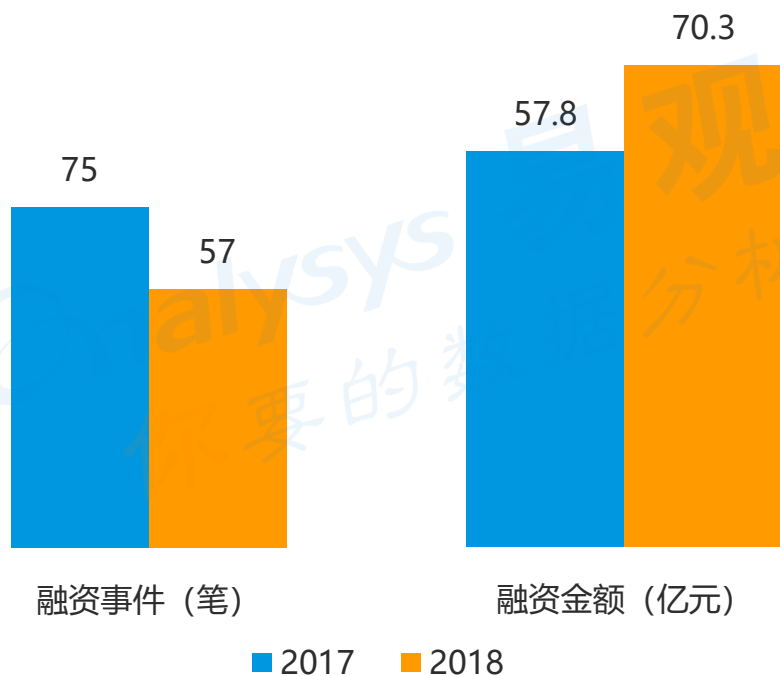


数据来源：“扫黄打非”案件及非法出版物数据来源于中国扫黄打非网。非法出版物指非国家批准的出版单位出版的在社会上公开发行的图书，报刊和音像出版物，以及违反《出版管理条例》未经批准擅自出版的出版物。“扫黄打非”案件包括全国“扫黄打非”办公室所处理的涉及网络传播淫秽物品、非法出版、侵权盗版等方面的各类案件。

注：行业增加值数据来源于中国新闻出版研究院发布的《2017年中国版权产业的经济贡献》，行业增加值是指常住单位生产过程创造的新增价值和固定资产的转移价值。

资本注入与促进：行业持续被资本市场看好

2017-2018年中国数字阅读产业融资情况



数据说明：IT桔子·易观整理

© Analysys 易观

www.analysys.cn

2018年数字阅读产业重点获投企业类型



类型一：老牌厂商，业务重组



类型二：新兴企业，变现力强

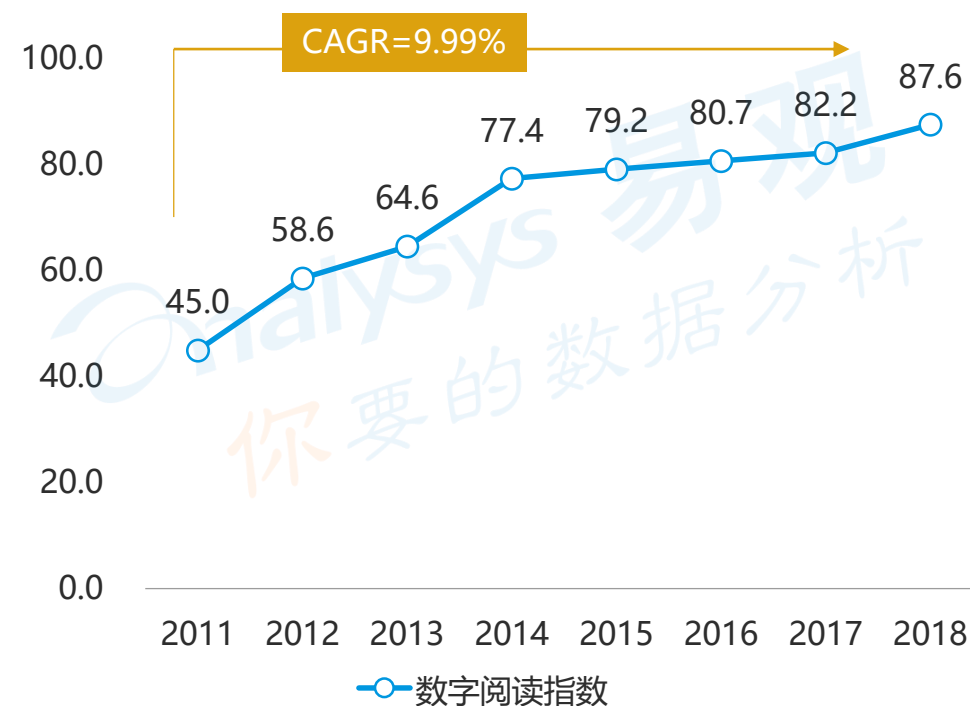


类型三：巨头跨界，资源整合

社会发展与变迁：阅读环境更舒适，阅读需求更旺盛



2011-2018中国数字阅读指数



注：中国数字阅读指数是国家数字阅读发展水平的一项综合指标，易观综合：数字阅读用户规模（亿人）、数字化阅读方式接触率（%）、人均数字阅读量（本）等指标加权计算而来。指数越高，代表国家数字阅读发展水平更高。

注：CAGR，即年均复合增长率，可衡量产业或产品增长或变迁的潜力和预期。数值越大，则发展越快。

全方位、多场景、大连接的大众阅读，不断满足人民对美好生活的期待

全场景数字阅读生态圈

数字阅读市场土壤丰沃

-  阅读渠道主流化
-  阅读时间碎片化
-  阅读供给专业化
-  阅读技术人性化



终端设备阅读无缝切换

-  智能手机
-  车联网
-  可穿戴设备
-  智能家居
-

随时、随地、随身、随心，获得专业优质阅读内容！

PART 2



中国大众阅读市场企业发展概况

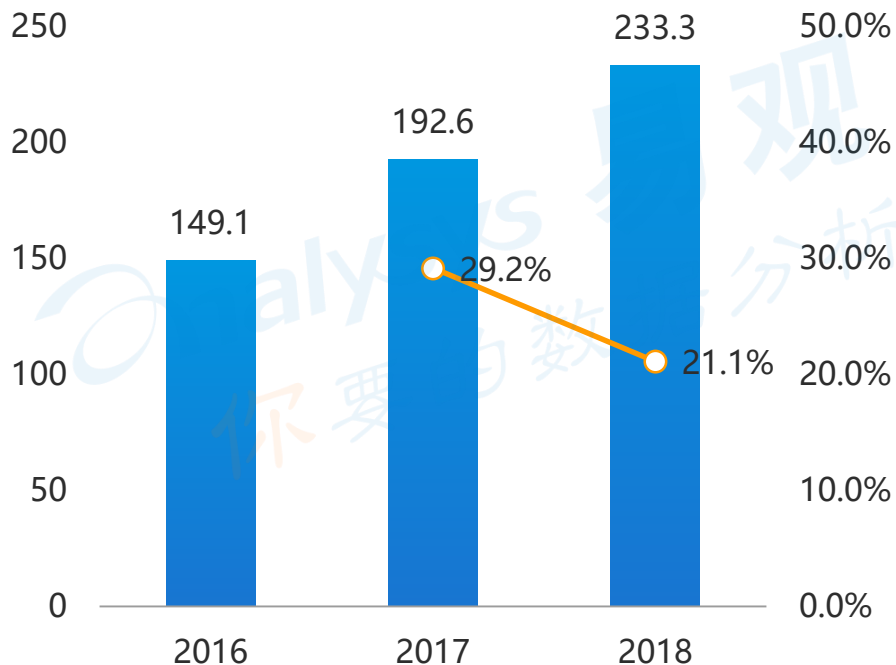
© Analysys 易观

www.analysys.cn

大众阅读市场规模：综合阅读稳步增长，有声阅读成为市场新增长点

2016-2018中国大众阅读产业规模

单位：亿元人民币



2018年，综合阅读市场规模仍是产业发展主导力量，为大众阅读市场规模贡献74%。同时，过去一年，有声阅读产业得益于受众增加，用户付费收入也不断提升，产业规模贡献增长4%，成为产业新的规模增长点。

74%

大众阅读规模中
综合阅读规模占比估算

综合阅读是指利用手机、平板电脑、电子阅读器等多样化的智能终端设备，通过在线或离线的方式，进行文字阅读的行为，阅读内容主要包括网络文学、电子出版物等内容。

26% ↑4%

大众阅读规模中
有声阅读规模占比估算

有声阅读是指用户借助数字化智能设备，聆听音频化文字内容的行为，主要表现形式是：有声书阅读等。

数据说明：来源于中国音像与数字出版协会发布的《2018年度中国数字阅读白皮书》，其中规模占比数据由易观根据企业访谈及行业认知综合估算得来。

大众阅读产业生态图谱梳理

> 内容提供方



> 互联网运营方



> 线下运营方



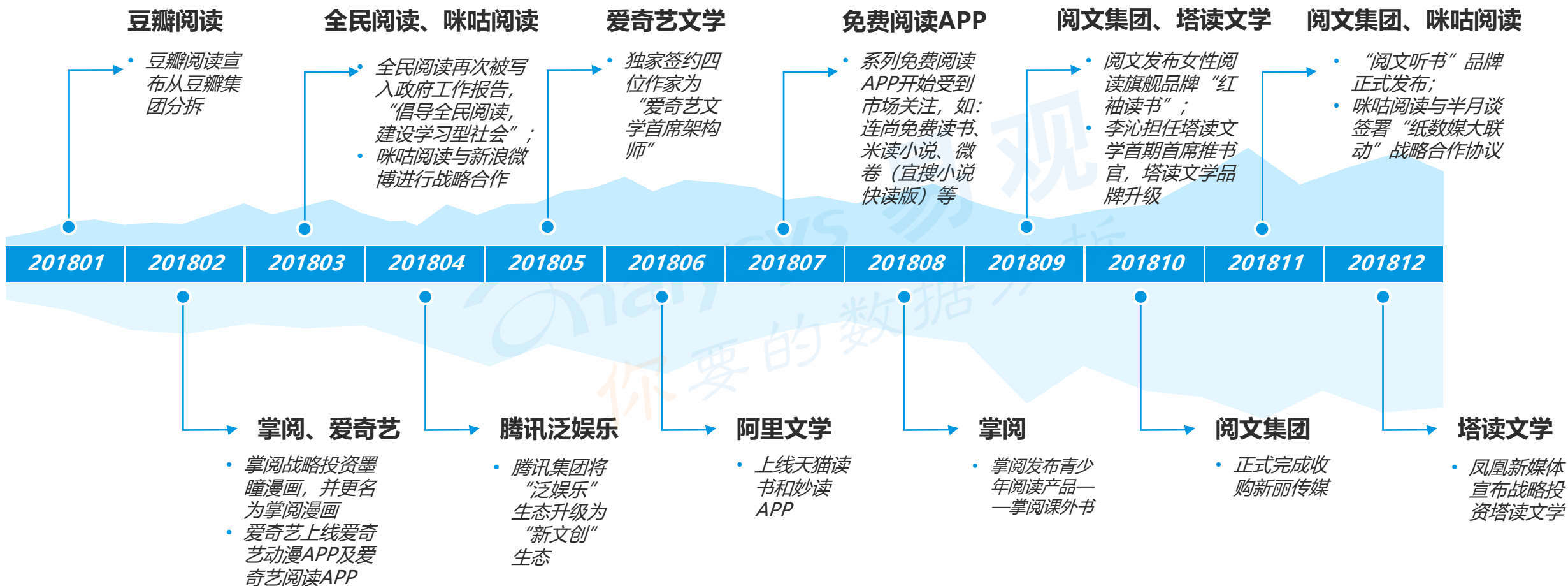
> 第三方服务提供方



2018年大众阅读市场大事件梳理

重点总结1：生态布局

重点总结3：免费阅读



重点总结2：品牌升级

重点总结4：战略合作

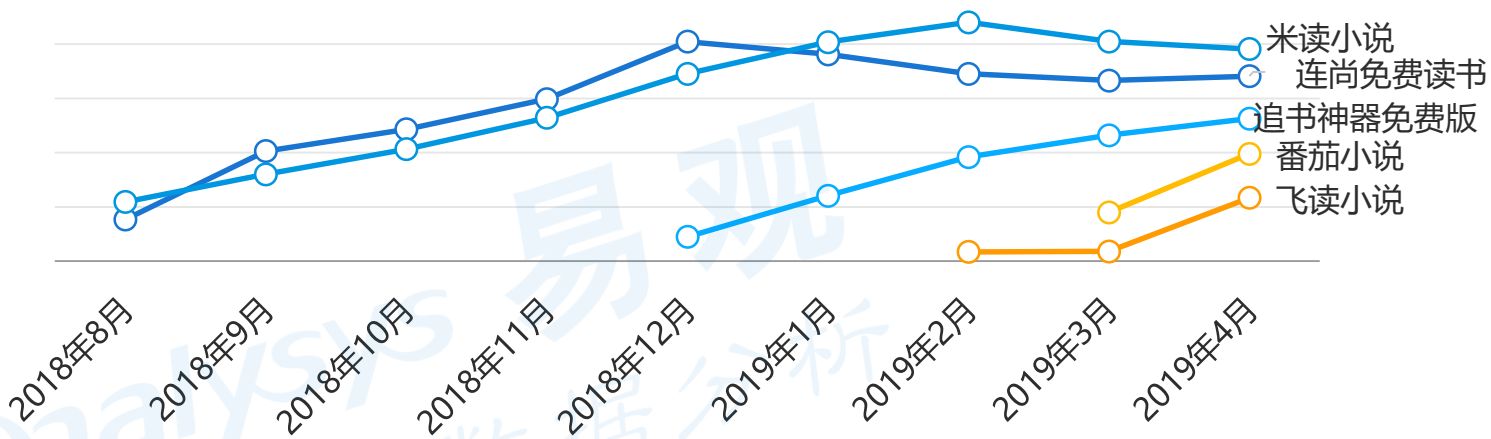
2018年发展亮点1：免费模式带动下沉增量市场

Analysys易观认为，2018年，免费模式之所以能获得快速增长，主要原因在于切中了对价格较为敏感的阅读用户群体，同时由于免费模式新进入市场，其在娱乐类产品上广告投放力度较大，部分企业也推出看书得现金的活动，凭借下沉市场的东风，免费阅读类APP大举获得用户青睐。



2018年8月-2019年4月主流免费阅读平台MAU

2018至2019年，网络文学市场涌现出十余款免费版阅读APP，大量下沉地区用户被激活



© Analysys 易观 · 易观千帆

www.analysys.cn



1.0 内容付费阶段

- 用户直接对章节或全本付费，后衍生出可以直接对作者进行打赏



2.0 时间付费阶段

- 部分厂商创新用户付费对象，用户开始对时间进行付费，即全场限时免费看



3.0 广告付费阶段

- 即免费阶段，以“连尚免费读书”、“米读小说”、“七猫免费小说”、“追书神器免费版”为代表，阅读平台将内容免费开放给用户，用户选择有广告或加入VIP去广告模式观看。

2018年发展亮点2：领读模式带动有声发展



PART 3



中国大众阅读市场典型企业分析

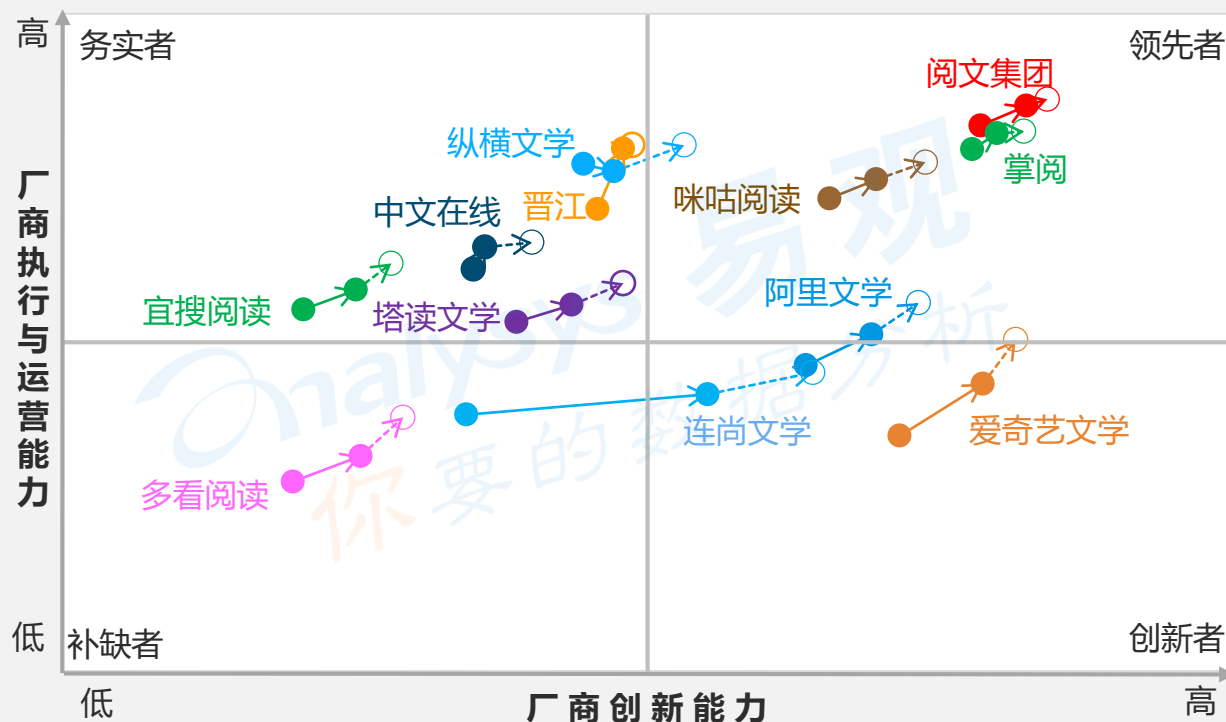
© Analysys 易观

www.analysys.cn

综合阅读类平台：巨头持续布局IP生态，创新模式深挖下沉市场



文字阅读类平台实力矩阵



● —→ ● ---→ ○ 2017—→2018发展路径---→ 预测2019发展趋势

数据说明：

市场执行与运营能力=内容规模*30%+用户规模*35%+资本实力*20%+品牌影响力*15%

厂商创新能力=技术实力*15%+产品创新能力*15%+模式创新能力*25%+渠道能力*20%+生态布局*25%

阅文集团：用户和IP是发力生态的两大抓手

2018年，阅文集团重点围绕品牌升级、生态延申展开布局，“红袖读书”、“阅文听书”等的发布，对新丽传媒的收购，均凸显了其以**用户**为核心，以**IP内容**为根本的发展逻辑。

2018.09

- 阅文发布全新女性阅读旗舰品牌“红袖读书”

2018.10

- 阅文集团战略投资韩国网文企业Munpia

2018.10

- 阅文集团正式完成收购新丽传媒

2018.11

- “阅文听书”正式发布，完善听书新生态

2019.01

- 2018阅文超级IP风云盛典开播 发布2018超级IP风云榜

2019.03

- 阅文集团成立四周年

2019.04

- 阅文集团首创的能打电话的电子书“口袋阅”正式亮相

用户运营

对全体用户而言：增加全库作品

2018年阅文集团作家/作品规模

770 (万人)  11.59%* 1120 (万部)  10.89%*

2018年阅文集团作家规模

2018年阅文集团作品规模

*说明：2018年相较2017年的规模增长率

对小众用户而言：满足多元需求

- 重点推动现实主义题材作品创作，孵化更多精品；
- 扶持更多小众类别，增加二次元、体育和科幻题材类型的作品



付费用户打赏量提升



用户评论数量创新高



影文联动颇具成效

版权运营成效显著，为未来发展做出奠基

版权运营

「改编数量」
「版权收入」



根据阅文集团2018年财报显示，其在2018年完成了10.03亿元的版权运营收入，较2017年环比增长160.1%。

Analysys易观认为，高额的版权运营收入增长率，一方面佐证了市场对优质IP版权的需求与认可，另一方面，在新的市场环境下，向市场证明了坚守做好内容仍是未来的发展方向。

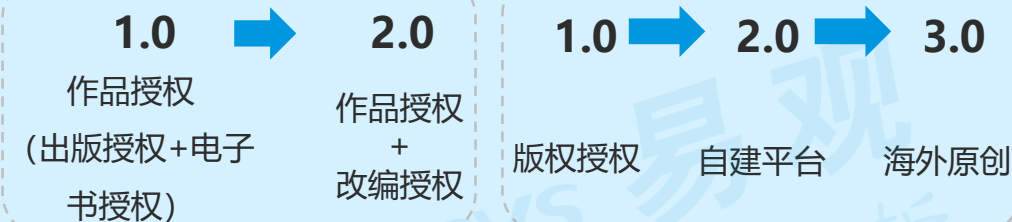
数据说明：阅文集团公开财报·易观整理

© Analysys 易观

海外市场：推拉策略推动中国特色商业模式建立

推：授权内容多元化

拉：海外内容来源多元化

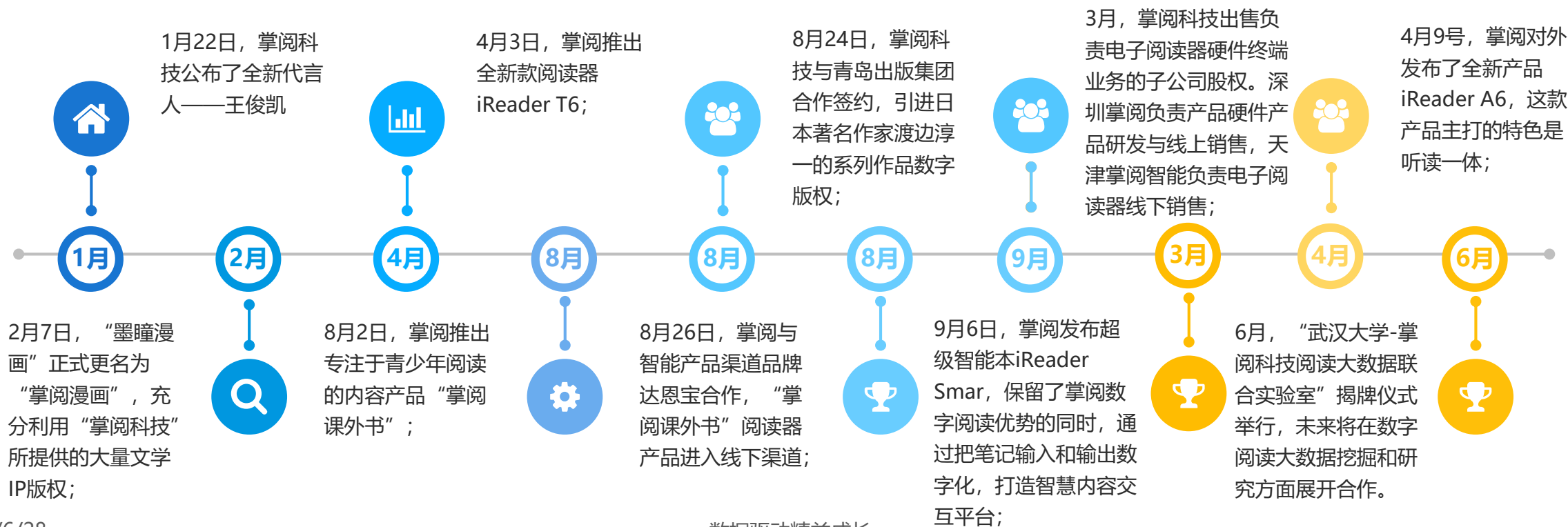


阅文集团2019年发展方向

- 创造高质量的**内容**、加强**用户运营**及提升**用户体验**
- 推进版权销售、联合投资、联合制作和自主开发，加速**版权运营**业务发展
- 推进**版权多元开发**，打造横跨不同娱乐形式的爆款IP内容

掌阅科技：业务战略升级，单体企业正逐渐转为生态型企业

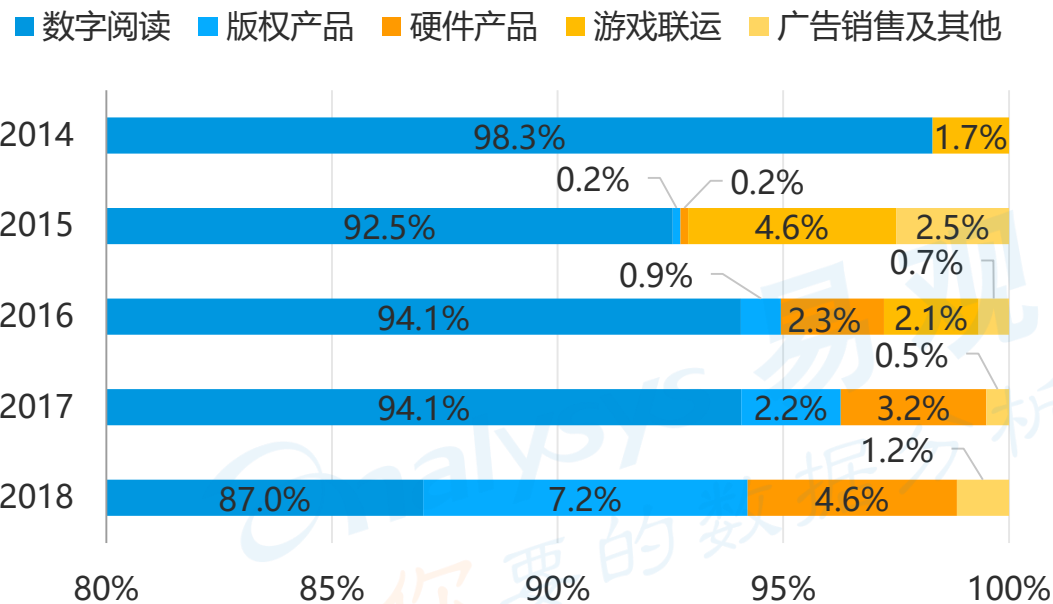
2018年，掌阅业务布局更加清晰，目标性更强，加大在版权上的运营，减少了对阅读器的布局。**版权上**，一方面加大漫画行业布局，在原有漫画板块之外，正式布局“掌阅漫画”，联动文学IP共同开发，同时成立“掌阅影视”，未来将重点进攻下游版权开发环节，单体企业正逐渐向生态型企业转变；另一方面加大了版权的售卖力度，整体版权收入占比由2.20%（2017年）增长至7.19%（2018年）。**硬件产品上**，由于电子书阅读器业务毛利过低，掌阅科技将相关业务股权出售，未来集中精力发展核心业务。此外，掌阅在年轻群体也做了布局，邀请年轻化代言人，并发布青少年阅读产品。



收入模式单一正在缓解，未来将出现更多IP改编作品

数字阅读收入下降 集团业务更加集中

2014-2018掌阅科技收入类型占比 (%)



数据说明：掌阅科技公开财报-易观整理

©Analysys易观

www.analysys.cn

- 数字阅读行业经过20年的发展，2018年市场规模达233.3亿元人民币，与其它文娱细分产业同期规模相比（我国视频内容行业超2000亿元，移动游戏行业达1601.8亿元），还有较大差距。下一阶段，如何突破行业天花板，是整个市场都在探索的方向。目前市场已有的三个方向分别为：联动其它娱乐领域，加强版权开发；拓展青少年这一空白市场；推出免费模式，纳入更多三四线城市用户。
- 对掌阅而言，版权方面，自成立以来已经积累了很多优质IP，但目前市场上正处于大IP失灵、腰部IP难以挖掘的阶段，另外掌阅在影视布局和漫画布局仍处于起步阶段，未来版权开发对掌阅来讲考验很大。但考虑到版权是企业未来发展的核心竞争力，也是缓解企业收入模式单一的方法，掌阅未来还会继续加大发展力度；青少年市场拓展方面，虽然市场上多家企业都在做内容布局，但更多都是针对青年大学生推出二次元、电竞等内容，掌阅去年布局了市场相对空白的少年市场，通过内容分级触达不同年龄用户。纵观少年数字阅读市场，整体面临推广难度大、用户上网市场少的问题，易观认为，未来掌阅青年市场会加大力度，少年布局步伐会逐步放缓；免费模式方面，掌阅曾推出得间免费阅读APP，根据易观千帆检测，其数据量级一直较低，可推测掌阅目前并未做大规模布局，未来发展有待观望。

咪咕阅读：用户规模是基础

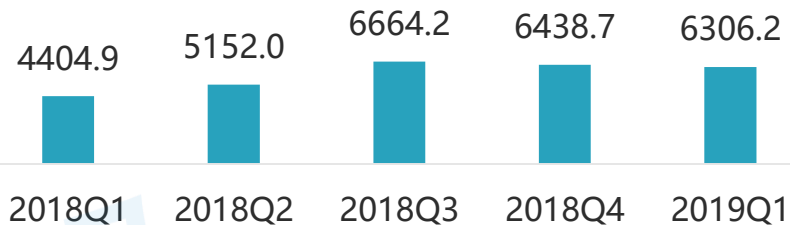


咪咕阅读
听有趣 阅不同

Analysys 易观
你要的数据分析

活跃用户规模是企业开展商业化变现、IP运营的基础，2018年至今，咪咕阅读通过一系列活动运营与内容运营，活跃用户规模有了大幅上升。此外，背靠中国移动与咪咕文化，咪咕阅读在移动阅读产业链基础上，还展开了K12市场的布局、思想学习内容扩充和纸数媒联动。

2018年至今 咪咕阅读 季度活跃用户规模



© Analysys 易观·易观千帆

www.analysys.cn



版权运营

- 2018年1月，咪咕阅读联合上海歆霖影业、纵横文学举办网文大神梦入神机《点道为止》全IP新书发布会；
- 2018年3月，咪咕阅读与新浪微博举办战略合作发布会，双方将在服务作者、内容制作、IP孵化等方面展开合作；



儿童市场

- 2018年7月，2018首届“嗨未来”儿童有声阅读计划在京举行；
- 2018年8月，咪咕阅读面向家长、学生和教师群体分别发布“教育部新课标阅读书目免费读”、“一起读课文”精品有声读物、中小学版咪咕KINDLE、大夏悦读教师教育云平台等软硬件服务，同时启动首届“灵犀杯”课文朗读代言人招募大赛；



思想学习

- 2018年10月，咪咕阅读等5家电子书传播平台正式上线16家权威出版单位出版的111种学习习近平新时代中国特色社会主义思想重点电子书；



作者培训

- 2018年10月，咪咕文学院启动仪式暨第一期高级作家研修班开班仪式举行。将扶持优秀青年创作，促进优质内容输出；



纸数媒联动

- 2018年11月，咪咕阅读与半月谈在京签署“纸数融媒大联动”战略合作协议，将开展基于优质内容和多元渠道的深度合作，共同推动宣传思想工作的深入开展、全媒出版的持续创新与全民阅读的推广普及。

技术资源支撑咪咕阅读提前布局市场机会 模式创新推动用户体验提升，寻找商业价值突破口



咪咕阅读
听有趣 阅不同

Analysys 易观
你要的数据分析

版权运营

- 咪咕阅读身处咪咕文化生态下，可以与其它咪咕子公司形成生态联动，共同进行版权运营；
- 悦读咖是咪咕阅读推出的活动平台，一边连接作家、明星、企业家等名人/内容方，一边连接用户，通过举办作家&读者见面会等多样化的线下活动，拉近用户距离，提升作家知名度，放大IP影响力。目前悦读咖已成为咪咕数标志性的品牌，未来还将继续发挥效能。

会员模式

- 咪咕阅读9.9包月服务。背后的本质是在帮助用户降低阅读门槛，吸纳更多价格敏感型用户，扩充用户池。纵览市场上各个平台的在线付费业务，包月会员价格均在15-20元区间内，而咪咕阅读会员价格处于免费与典型包月付费之间。相较而言，没有免费模式下用户商业价值较低不利于IP商业价值评估的问题，也没有会员单价过高造成的用户规模增长缓慢的问题。

技术

- 依托中国移动大背景，咪咕阅读可以提早接触到5G这一新时代的技术，提前布局阅读+市场。如：阅读+5G、阅读+VR；
- 未来，咪咕公司将继续借助科技力量，积极展开5G环境下的全媒体建设，引领数字化升级，赋能智能化体验，进一步提升用户体验。

咪咕阅读 核心优势与未来发展



数据驱动精益成长

内容

- 内容质量是平台发展的根本，主要在产业链上下游两方面发力
- 作者培训：产业链上游：
作者作为平台原创能力的核心，对其的培养可以提升平台作品质量，增强平台影响力；
 - “五位一体”出版模式：产业链下游：
咪咕阅读“五位一体”出版是指：纸质出版、电子出版、有声出版、视频出版、衍生出版。

2018年是塔读文学自我升级的一年，从内部加强品牌运营，到外部吸引战略投资，塔读文学正在经历着阅读3.0时期的进化。具体来看，塔读主要在以下四方面进行了升级：

版权运营，崭露头角

- 2018年，塔读文学在版权运营方面加大力度，多部IP获得行业文学奖项，如：《宦妃还朝》、《大神，你家夫人又挂了》、《仙武帝尊》、《我被校花逆推后》、《凌天至尊》等；
- 2019年，塔读文学IP改编成果喜人，《奈何boss要娶我》在搜狐视频上播出，并成功登陆奈飞，为此后IP改编积累了成功经验；

产品升级，用户为王

- 塔读文学推出安卓5.0APP，新版本主要对整体界面设计进行了优化，并重点提升了用户的个性化阅读体验以及找书的效率；
- 用户分层，针对价格敏感型用户，市场上推出了免费阅读平台，供用户选择。塔读文学也推出了相应的产品——免费小说阅读APP，其在4月MAU达260W人*；

市场运营，品牌升级

- 2018年，塔读文学加大了品牌建设力度，一方面借助明星效应，助力产品获客；另一方面，通过与娱乐向内容进行跨界营销，了解年轻用户需求，拉近与年轻用户的距离。
- **明星效应**：9月，李沁担任塔读文学首期首席推书官，此后不间断邀请了王祖蓝、海清、汪峰、吉克隽逸等人，主力品牌宣推；
 - **娱乐跨界**：7月-12月，塔读文学相继与北京卫视、深圳卫视、东方卫视、浙江卫视达成宣传推广合作，与爱奇艺、腾讯视频、优酷、西瓜视频多档综艺节目进行广告宣传合作；

战略投资，资源互补

- 12月，凤凰新媒体宣布战略投资塔读文学。购入北京易天新动网络科技有限公司25.5%股权，双方将在产品、IP开发等方面进行深度整合，实现IP全版权运营布局。

*说明：数据为易观根据网络公开资料整理推算得出。

战略合作，资源互补，以用户为核心把握未来发展



凤凰互娱旗下涵盖文学、影视、动漫、游戏、音乐、短视频等多个互动娱乐业务平台，在泛娱乐多个领域均有布局。对塔读文学而言，未来市场竞争重点一方面是用户规模，另一方面的内容产出及衍生能力，具有完整内容生态产业链的企业将更具竞争力。目前仅在文学和动漫方向的布局是不够的，凤凰互娱的资源补充和与合作，未来将会帮助塔读文学进一步增强在市场上的综合实力。

未来，双方将在产品、IP开发等方面进行深度整合，实现IP全版权运营布局。全面升级互联网内容生态，为创作者提供内容创作一站式、全链条服务，成为全IP、全平台的内容提供商。

塔读文学未来发展方向：

把脉用户，发力版权

未来，塔读文学将继续深耕版权内容拓展及衍生，同时进一步扩大移动客户端用户规模，通过技术、数据、UI多纬度提升用户阅读体验。

宜搜小说作为大众阅读市场上深耕多年老牌厂商，此前已积累了丰富的技术经验、行业经验和广泛的用户群，在此基础上，如何运作好已有资源，通过技术的力量发挥最大效能，是宜搜小说下一阶段的重点问题。2018年，宜搜小说以内容和数据为两大抓手，展开工作。



发力内容，充实核心竞争力

- 扩大**作者**签约规模和签约力度。目前作家队伍中80%为90后；
- 聚焦**二次元版权**，加强对小众品类的拓展，应对用户年轻化趋势；如：不可能的世界、寒武纪年原创网等
- 增加IP改编力度，头部作品中漫画预计改编5本，听书预计改编8本。



精细化运营

- 依托于宜搜14年智能搜索及推荐经验，结合丰富的产品运营经验，为用户提供个性化搜索结果；



高效实时的推荐计算通道，可根据用户点击、浏览、订阅等行
为极速计算推荐结果，迅速完成推荐列表更新；

- 基于机器学习的推荐引擎，为每个用户建立高精度用户画像，做到千人千面；



2018年4月至
2019年4月，女性
用户占比从24.07%
提升至28.88%

基于宜搜小说的用户画像分析，男性比例大于女性。对宜搜而言，女性市场未来还有更大的上升空间。因此一方面扶持女频作品，另一方面通过技术提升女性用户的阅读体验，吸引更多的女性用户，进而影响整个用户市场。



挖掘下沉市场，推出微卷阅读

• 现状:

2018年初，宜搜小说推出微卷（宜搜小说快读版），为用户提供个性化服务，借助下沉市场红利，微卷（宜搜小说快读版）保持着快速增长，收获了大量用户。

• 未来发展:

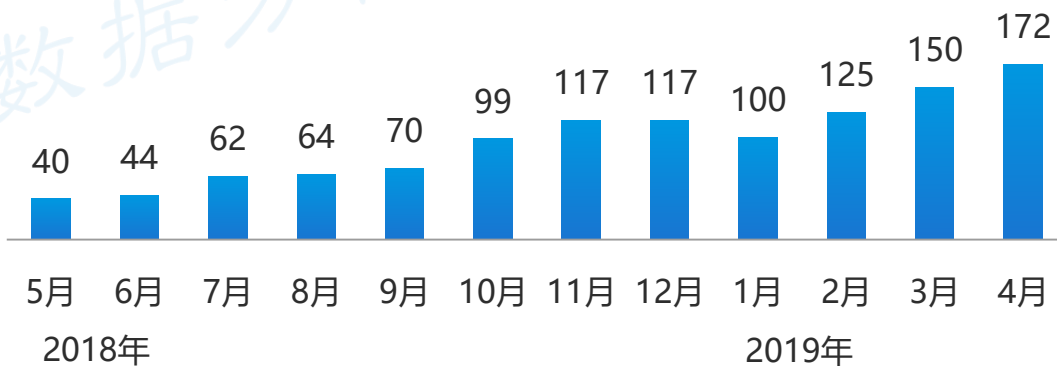
免费阅读平台切中了价格敏感型的下沉地区用户，未来，宜搜将通过策划用户更愿意参加的运营活动、推荐给用户更感兴趣的阅读内容等手段来**提升用户的留存和使用时长**。

“免费阅读”以免费为突破口，快速占领部分市场，目前免费+广告的商业模式在一定程度上会影响用户体验，未来，宜搜将进一步丰富VIP会员增值服务，根据用户实际表现的付费意愿，在现有免费的基础上，针对用户提供个性化付费阅读服务。

宜搜小说未来发展方向：数据&内容

未来，宜搜小说将针对用户付费、阅读偏好的历史数据，借助大数据分析和机器智能推荐，**精细化运营**，为用户智能推荐更感兴趣的信息、内容，为用户提供更好的服务，提升用户粘性。内容方面将**引进更多优质内容**，同时积极**拓展有声内容和漫画内容**。

2018.5-2019.4微卷（宜搜小说快读版）MAU变化



© Analysys 易观·易观千帆

www.analysys.cn

米读小说：用户规模进入增长平缓期，未来作者和内容签约是修炼内核的重点

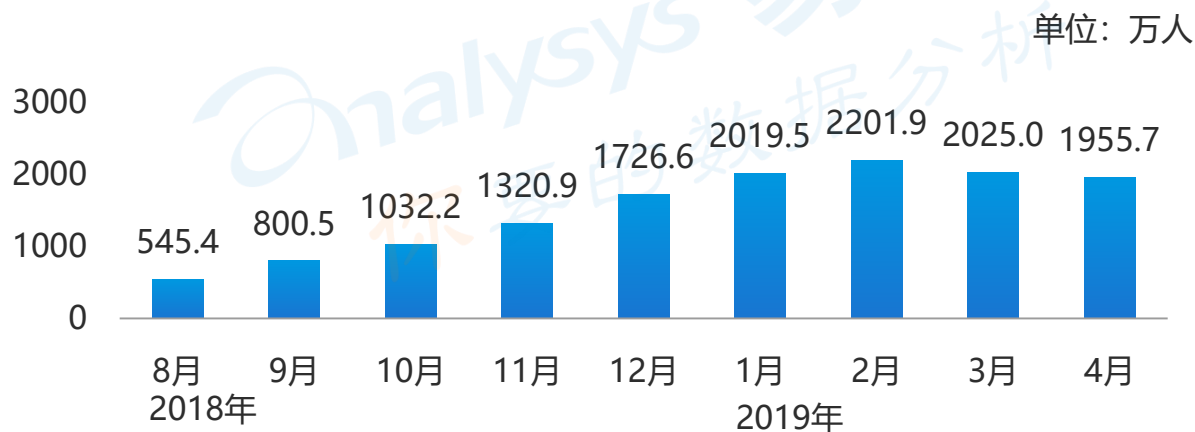


米读小说
1亿人都在看的免费小说APP

Analysys 易观
你要的数据分析

- 2018.5** 趣头条推出了免费阅读产品——米读小说；
- 2018H2** 截至2018年12月，米读小说MAU增长至1726.6万人，行业排位第6；
- 2019.Q1** 以米读小说为代表的免费阅读平台大多在2019年1季度进入增长滞缓期，用户规模逐渐稳定
- 2019.5** 米读小说推出原创扶持计划，赵公明便是该计划的首批签约作者

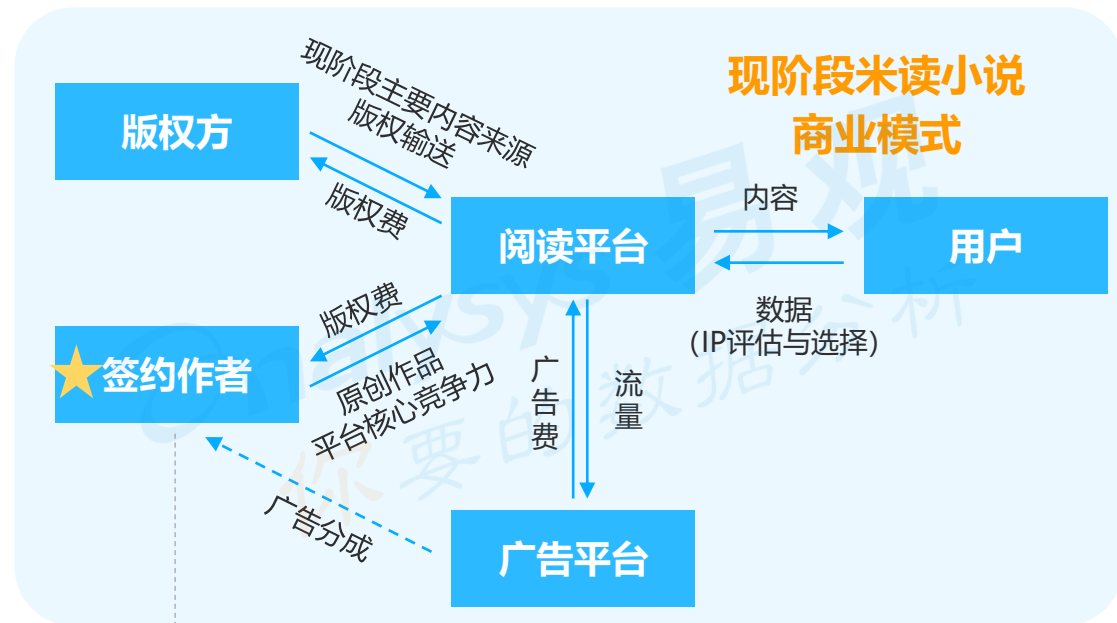
2018年8月-2019年4月 米读小说MAU变化趋势



单位：万人

© Analysys 易观 · 易观千帆

www.analysys.cn



原创扶持计划：

未来一年拿出5000万现金和10亿流量资源，通过全勤奖励、保底收益、广告分成等形式给原创签约作者提供创作保障，共同构建米读的原创内容生态。

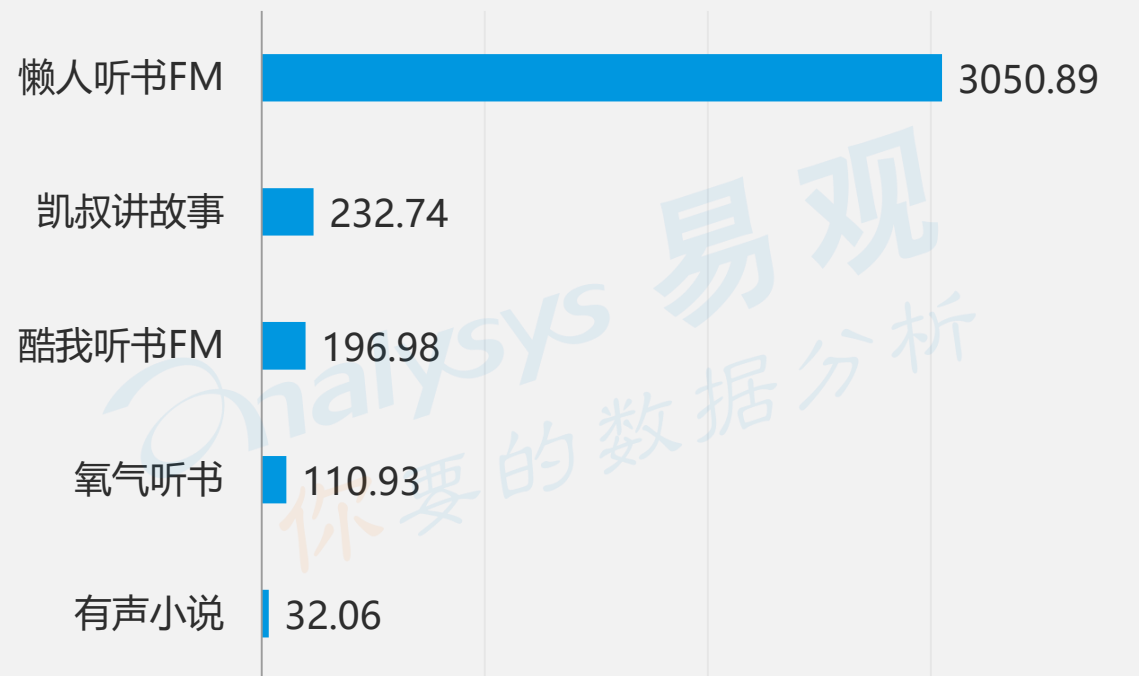
易观分析：

中国移动阅读市场经过十余年的发展，已探索出市场发展的核心，也是不会更改的竞争重点——优质内容，免费阅读模式更大的意义是扩大用户池，扩大用户基数后，进而进行商业化变现和IP开发。未来更多的免费阅读平台也将加码此类模式。

音频阅读类：未来具有广阔发展空间，完善内容是基础



音频阅读类平台MAU TOP5



数据说明：数据来源于易观千帆，表中仅计算以音频阅读（即有声书）为主的平台。
数据时间：2019年4月

懒人听书背靠阅文集团，拥有网络文学市场**85%**作品的有声改编权，同时与全国超过**500**家出版社达成合作关系。线上共有**13**个大类，**115**个小类，数万本正版有声书资源。

同时，懒人听书拥有自己的有声读物制作团队，每月生产有声读物超过**6000**小时，常年深耕细作有声阅读领域。

扩版权

2018年6月，懒人听书完成C轮2亿元融资，成为同时拥有阅文集团和时代出版两家版权巨头资源加持的有声阅读企业，在原创文学资源以外，进一步扩充精品出版物有声书版图。

育主播

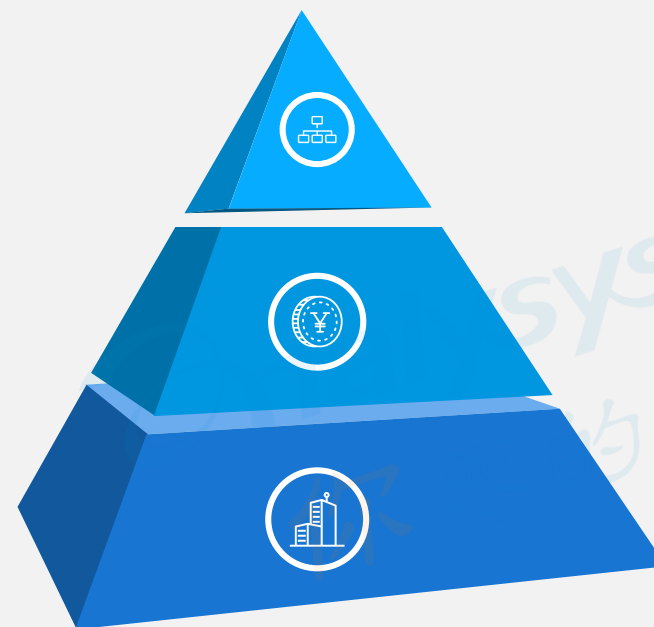
懒人听书着重培养主播团队，目前已在北、深圳设立创作基地，发掘培养优质主播，培育主播的月生产能力达30万分钟；同时设立年度十大最受欢迎主播奖，激励主播脱颖而出。另外，开设线上主播课堂，鼓励兼职书籍播音。



2018年9月，懒人听书打造“有声图书馆”，用户扫描活动二维码领取有声图书馆证，享受全平台书籍免费畅听；懒人听书在深圳线下开设“主播体验室”，每年在全国10个城市举办“经典诗文朗诵大赛”，加深用户对有声书的理解。



图书领读类平台梯队划分



第一梯队

樊登读书会、得到、有书等

第二梯队

新世相读书会、十点读书等

第三梯队

今今乐道读书会、柠檬听书等

数据说明：梯队划分是易观经过桌面分析、企业访谈、易观千帆数据检测得出的结果，评价维度包括：用户规模、付费用户规模、社群规模、用户评价等。

© Analysys 易观 · 易观千帆

www.analysys.cn

PART 4



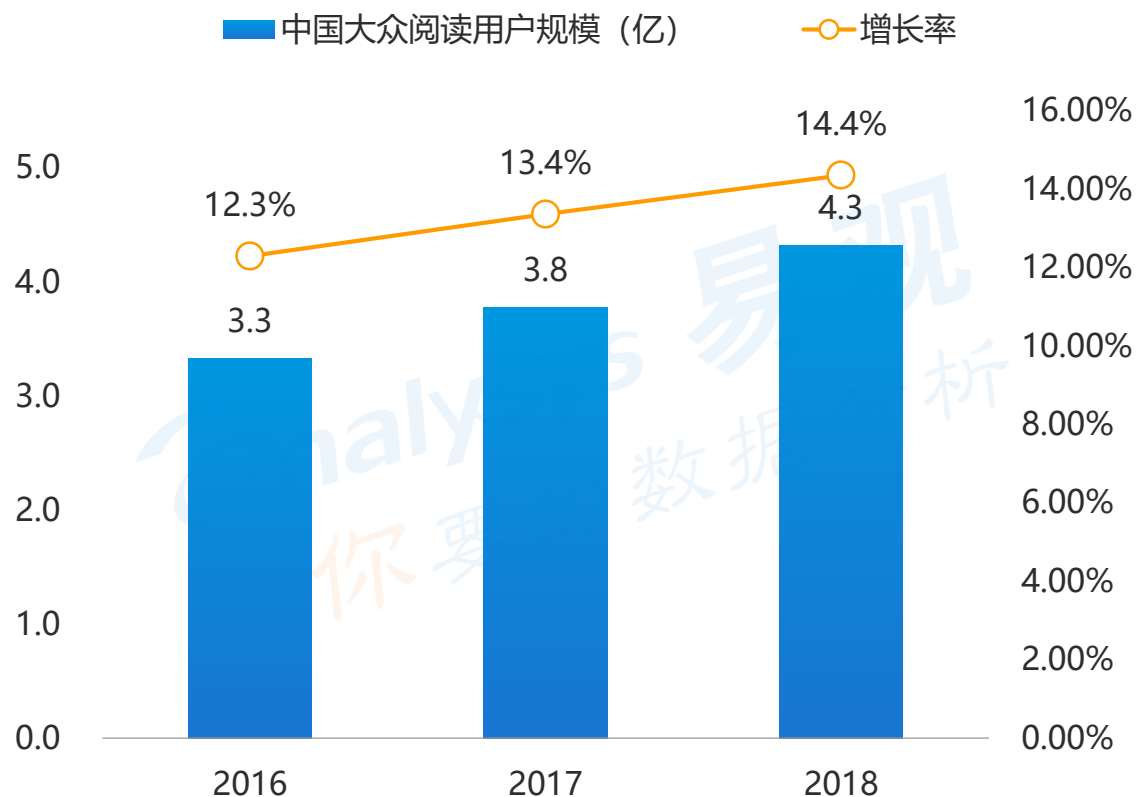
中国大众阅读市场用户分析

© Analysys 易观

www.analysys.cn

中国大众阅读用户规模：增速提升，国民阅读加速渗透

2016-2018中国大众阅读用户规模及增长率

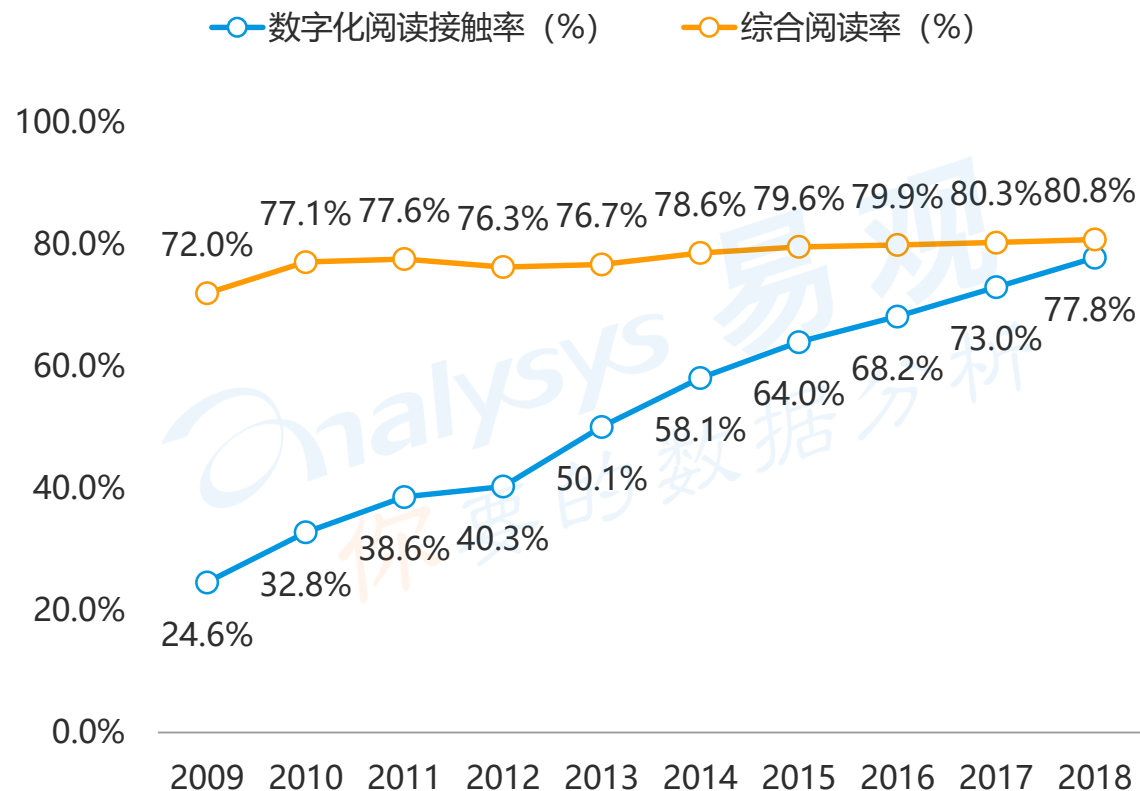


数据来源：中国互联网络信息中心CNNIC，“第39次、第41次、第43次中国互联网络发展状况统计”。

© Analysys 易观

www.analysys.cn

我国成年国民数字化阅读接触率



数据来源：2009-2018年中国新闻出版研究院《全民阅读调查报告》。数字化阅读方式包括：网络在线阅读、手机阅读、电子阅读器阅读、Pad阅读等。

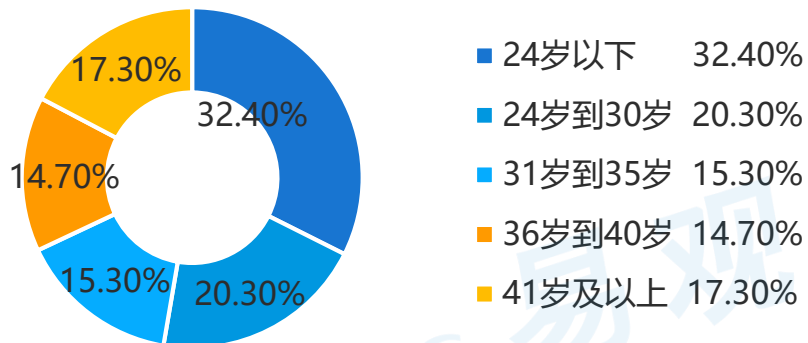
© Analysys 易观

www.analysys.cn

综合阅读用户属性：女性用户崛起，年轻化趋势进一步显现

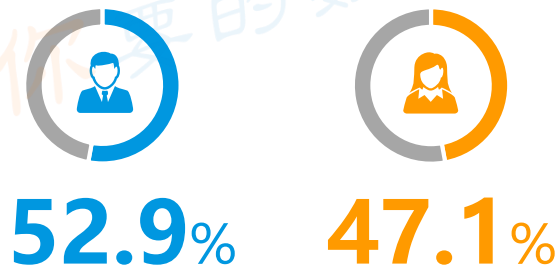
2019年5月中国综合阅读用户属性数据

年龄分布



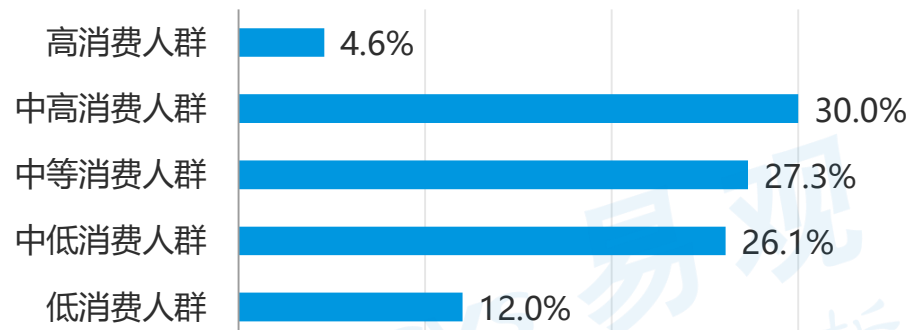
- 用户年龄整体较去年呈现年轻化的特点，24岁以下用户开始占据三成以上。

性别分布



- 综合阅读的用户中，男性用户占比呈现下降趋势，女性用户崛起，逐渐由4成增加至近五成。

消费能力分布

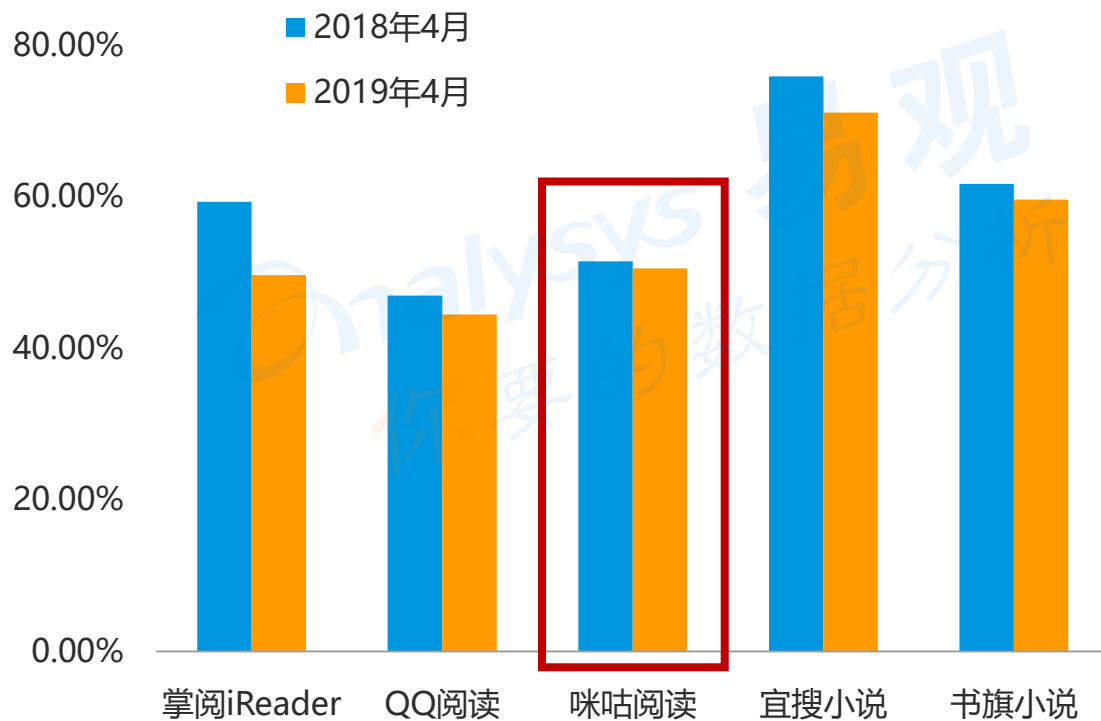


- 从消费能力分布上看，综合阅读的用户消费能力多集中在中低至中高的区间，

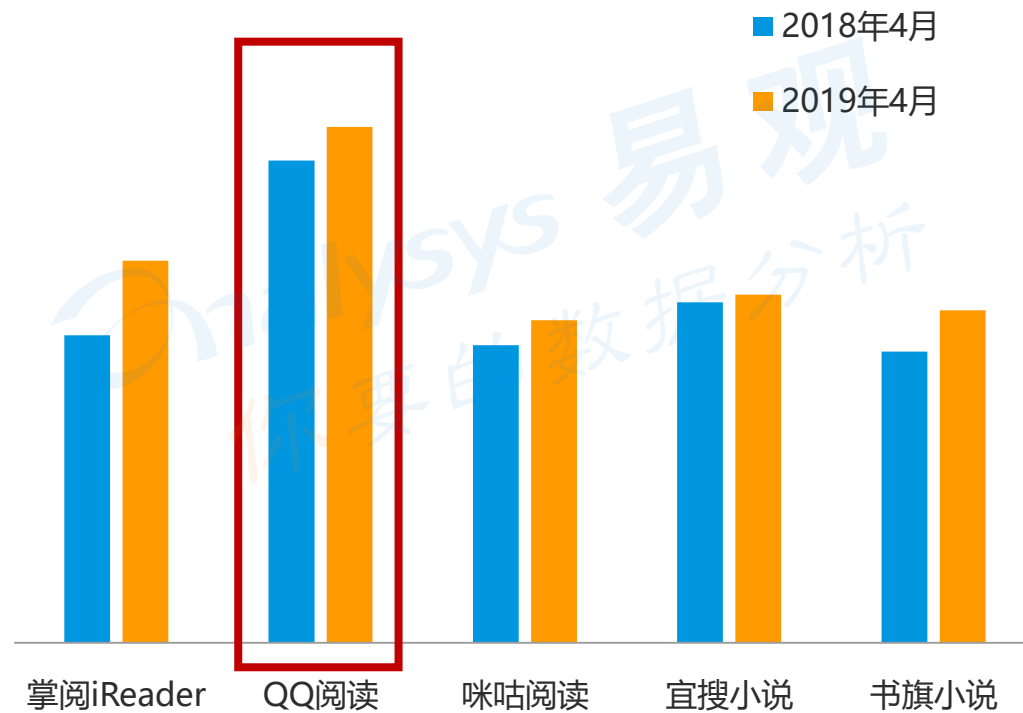
从整体上看，综合阅读用户相较前几年正在发生着变化，占据主体地位的用户正在悄悄发生转移。年轻用户、女性用户等的崛起，随之带来的是企业在战略布局、市场推广等方面策略的变化。

行业男性用户占比均有下降，年轻用户增加 咪咕阅读用户性别占比更为均衡；QQ阅读年轻用户相对更多

2018年4月-2019年4月
典型综合阅读平台男性用户占比



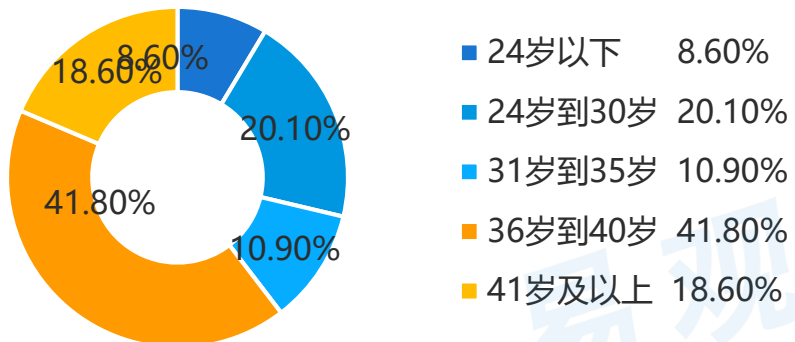
2018年4月-2019年4月
典型综合阅读平台24岁以下用户占比



有声阅读用户属性：以中年男性居多

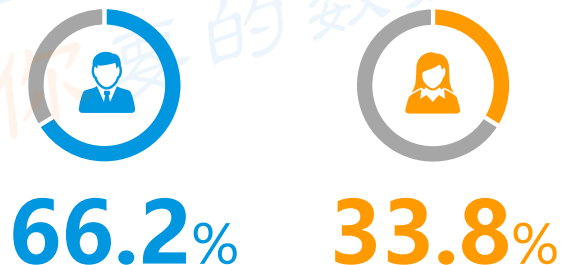
2019年5月中国有声阅读用户属性数据

年龄分布



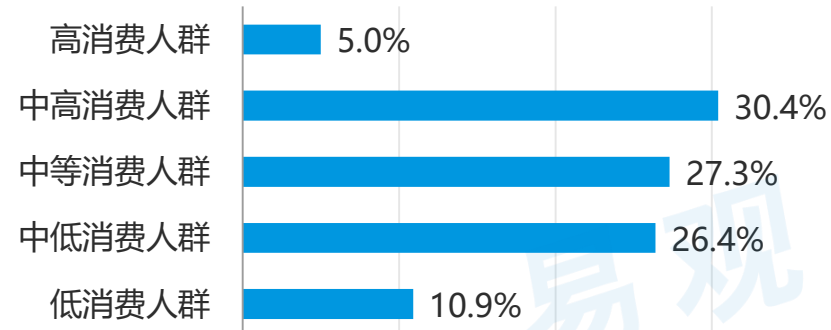
- 用户年龄整体趋向中年人，以30-40岁用户为主

性别分布



- 有声阅读用户中，仍以男性用户为主

消费能力分布



- 从消费能力分布上看，有声阅读的用户消费能力多集中在中低至中高的区间，

从整体上看，有声阅读用户与综合阅读用户出现较为明显的差异。有声阅读用户多以中年男性为主。企业市场推广需重点观察此部分用户的需求。

PART 5



中国大众阅读市场发展趋势预测

© Analysys 易观

www.analysys.cn

产业：模式碰撞，引发市场激烈竞争

付费阅读



免费阅读

Analysys易观分析认为，免费阅读得益于模式简单，进入门槛相对较低，因此不断吸引着企业进入，从2018年至今，行业已经上线了十余款免费阅读的APP。从数据检测结果来看，此类APP增长速度快，市场竞争愈发激烈。

具体而言，**2019年，仍是免费平台挖掘下沉市场红利期，平台间在C端的正面冲突和B端对资源的抢夺上还未到来。**企业发展上，各免费平台在广告方面投入会继续加大，而长期的广告市场投入造成的成本问题，以及平台目前上线的内容质量评价较低的问题，都将被放大，免费阅读类企业需要寻找相应解决方法并完成商业闭环；同时，各付费阅读平台为应对来势汹汹的免费平台，上线的免费阅读平台也开始发力，仅是跟风上线免费阅读模式，而未构建自己核心竞争力的阅读平台，将会受到威胁。

易观认为，现阶段，免费阅读模式的背后，是对用户阅读体验的索取，未来此类提供免费阅读的平台应将重点放在优质内容的获取上，以不断提升用户留存。大众阅读行业中，无论是网络文学，还是电子书出版物，最核心的还是优质内容，具备优质内容的生产能力及衍生能力的企业，未来才能在全产业链上发挥优势，也将更具竞争力。

内容：用户内容需求更加专业化，未来知识付费将进一步发酵



51.62%

通过阅读类APP的音频板块和音频类APP学习知识付费课程



64.6%

在睡前或放松休息时学习知识付费的内容



58.34%

希望通过知识付费解决现阶段的问题



31.44%

表示学习完知识付费的内容之后，完全没有解决购买前的问题

算法体系更智慧

基于单一算法的内容推荐方式难以引导阅读方向，未来将通过智慧化方式，积极推送正能量内容；

知识服务专业化

知识付费行业未来需要更有针对性的有声专业化知识内容服务，电子期刊等学术类阅读作为知识付费的基础，或将迎来发展机遇。

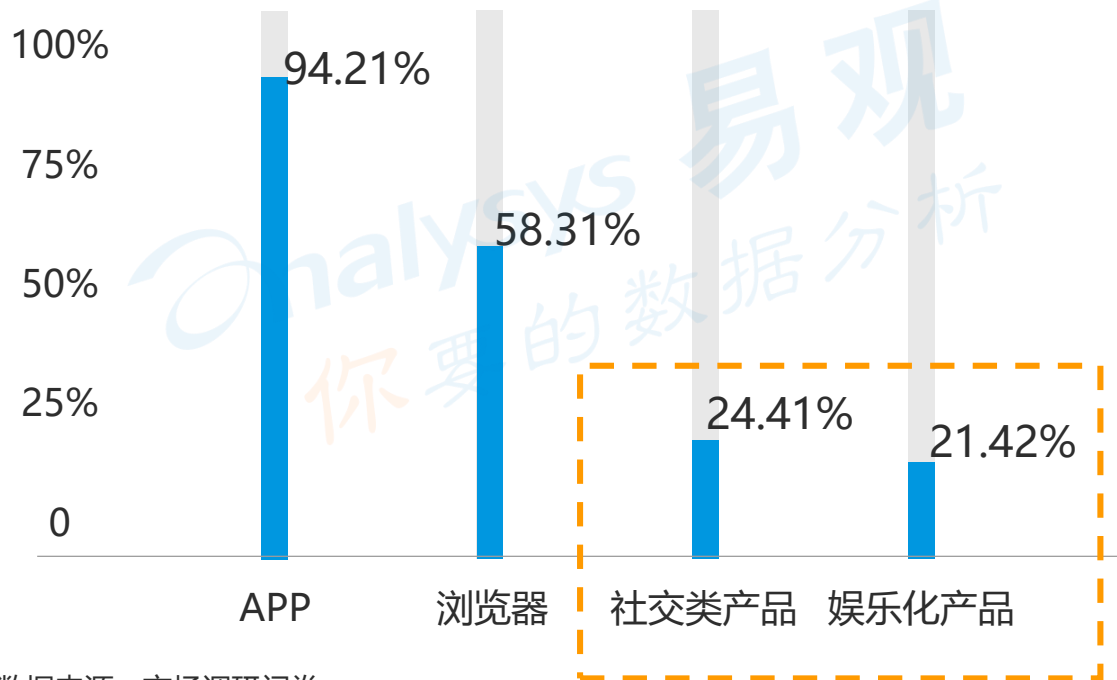
数据来源：市场调研问卷

© Analysys 易观

www.analysys.cn

分发：分发渠道多样化，大众阅读与娱乐化产品结合更紧密

2018年不同数字媒介下电子书的接触率



数据来源：市场调研问卷

© Analysys 易观

www.analysys.cn

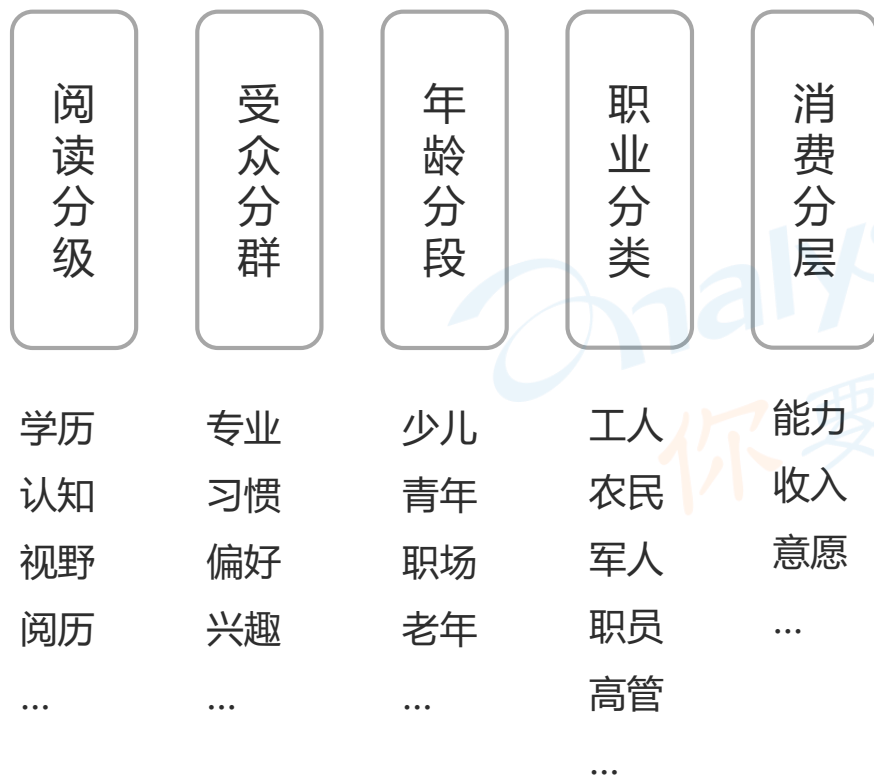
根据易观千帆数据检测显示，2018年，全网网民日均使用时长较长的产品类型分别为：视频、社交、通讯、资讯、输入法、浏览器等。

随着用户对视频、社交等产品的不断依赖，大众阅读也正以飞快的速度渗入网民的寻常生活中，以往未被企业察觉的渠道，现在接触率也在不断上升。如：微信公众号内的小说阅读，视频平台内的文学作品链接等等。未来，阅读在社交类、娱乐类产品中的渗透程度还将继续加深。

值得注意的是，在网民使用时长较长的产品类别中，除去市场正在布局的视频类、社交类产品，资讯类产品由于具有天然的文学阅读属性，也正在积极布局长篇的文学/小说阅读，如：趣头条、今日头条均推出了自己的免费阅读平台。以此类推，未来，输入法类产品具备高频接触用户的特点，可为用户开放出阅读入口，以供用户进行使用。

用户：用户多维分层，对产业提出进阶需求

细分用户



多元服务需求



附录：2018至今上线的免费阅读APP名录

序号	名称	企业阵营	2019年4月MAU
1	米读小说	趣头条	1955.68
2	连尚免费读书	连尚文学	1704.98
3	七猫免费小说	快猫文化	1612.22
4	追书神器免费版	追书神器	1314.26
5	番茄小说	今日头条	988.72
6	飞读小说	阅文集团	584.19
7	微卷（宜搜小说快读版）	宜搜小说	172.22
8	漫读小说	陌陌	157.72
9	塔读小说免费版	塔读/凤凰	-
10	得间免费小说	掌阅	-
11		

备注：1.因免费阅读市场发展飞快，易观千帆暂不能对市场上APP进行完全收录，以上仅为千帆收录数据。（部分阅读平台在各自已有APP内也上线或试水了免费模式，易观千帆仅针对独立APP进行数据检测，因此并未露出）；2.名录按照易观千帆检测的4月数据排序。

来源：易观千帆

数据驱动精益成长

- 易观方舟
- 易观千帆
- 易观万像



易观方舟试用



易观千帆试用



易观订阅号