



# 2019年第二季度 中国移动阅读市场季度盘点



## 分析范畴

- 本分析主要分析中国移动阅读市场在2019年2季度的市场动态、行业竞争、典型厂商动态等情况。本分析对象主要是以提供原创文学和传统文学电子读物内容的书城类移动阅读应用。限于中国大陆地区移动阅读业务，不包括港澳台地区。



## 分析定义

- 移动阅读是指利用手机、平板电脑、电纸书等移动终端载体进行的所有阅读行为，通过浏览网页以及书城客户端、新闻资讯客户端、期刊杂志客户端、微博、微信公众账号文章等阅读途径，浏览小说、报纸、图书、杂志、动漫、文献等内容的阅读行为。



## 千帆说明

- 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+。

# 目录

01 2季度中国移动阅读市场热点解析



02 2季度中国移动阅读市场竞争分析



03 2季度中国移动阅读市场典型厂商







## 2季度中国移动阅读市场热点解析

NO

## 2季度移动阅读市场主流平台政策&资本动态:

### 政策

- 4月, 全国“扫黄打非”办公室在全国范围内开展网上低俗信息专项整治行动正式启动;
- 4月, 全国公共图书馆系统“读好书·爱中华”主题读书活动持续展开;
- 5月23日, 北京市“扫黄打非”部门联合行动, 查处晋江文学城涉嫌传播淫秽色情信息行为, 关闭停更相关栏目、频道;
- 6月27日, 文化和旅游部发出关于对《文化产业促进法(草案征求意见稿)》公开征求意见的公告。

### 资本

- 2019年第2季度共发生**15**件起融资事件, 成交金额共计**13.30**亿人民币;
- 相较于第一季度, 投融资事件减少7笔, 成交金额下降60.53%;
- 推文科技获得联想之星、逐浪、掌贤网络1亿人民币Pre-A轮投资, 用于AI机器翻译发布网络升级、出海版权库建设等方面;
- A4漫业获得阅文集团1000万A轮战略投资, 双方将进行多部小说的漫画改编。

# 2季度移动阅读市场主流平台行业动态:

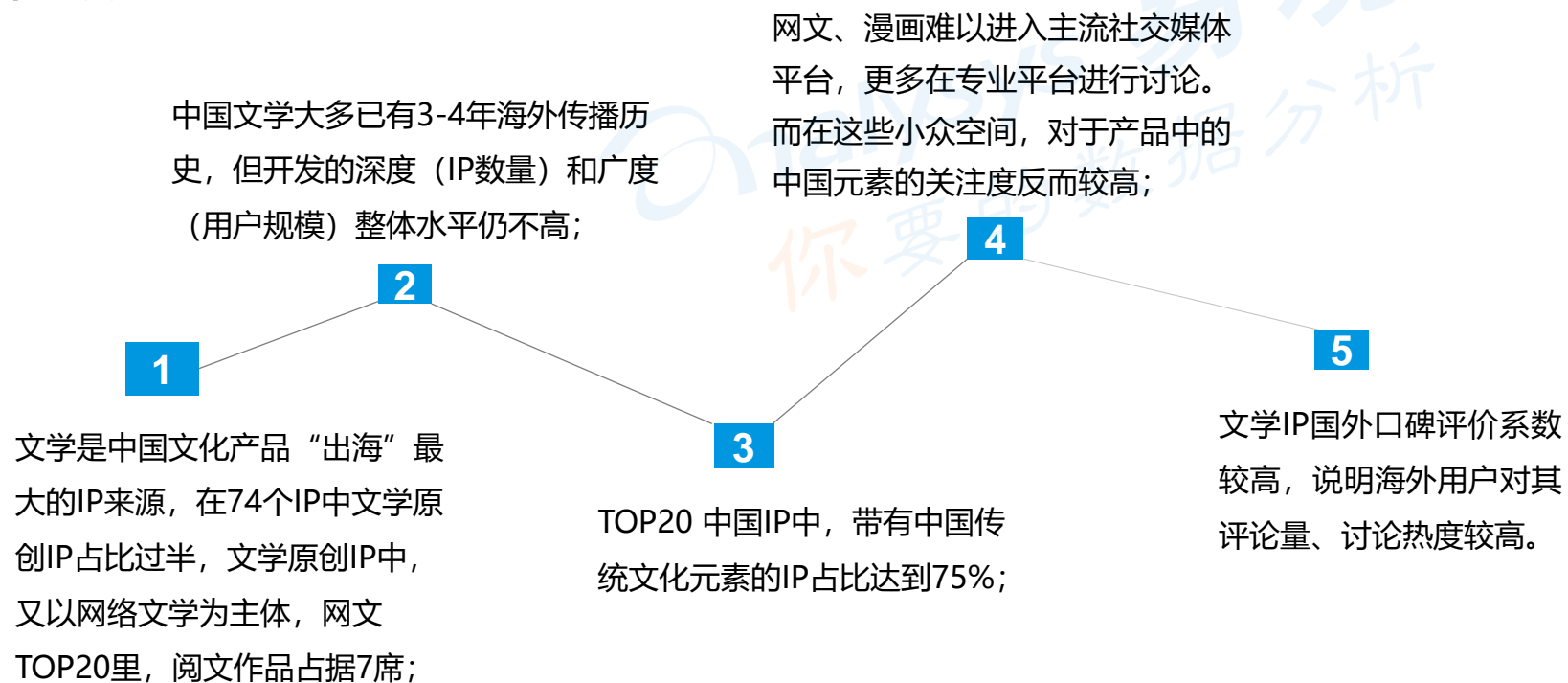
行业

- 4月12日**
  - 中国数字阅读大会在杭州举办;
- 4月17日**
  - 掌阅科技在 App Store 上线掌阅校园, 依据学生阅读能力测评结果推荐书籍;
- 4月19日**
  - 塔读文学在中国传媒大学召开第一届校园征文大赛启动仪式;
- 4月23日**
  - 读书日, 塔读文学联合天津航空推出阅读主题航班
- 4月30日**
  - 掌阅科技股份有限公司新增对外投资, 与王良、天津影文企业管理咨询合伙企业(有限合伙)共同投资1000万元人民币设立北京掌阅影视有限公司;
- 5月9日**
  - 爱奇艺文学发布“打造有爱奇艺特色的文学开放平台”战略, 并以黄磊·风火石和刘天池两大核心人物厂牌开启云腾新厂牌计划;
- 6月22日**
  - 阅文集团宣布与新加坡电信集团建立战略合作关系, 双方将在东南亚网络文学服务及内容平台业务方面进行合作。
- 6月20日**
  - 阅文集团千万级A轮融资投资A4漫业;
- 6月11日**
  - 阅文集团宣布与传音控股达成战略合作, 双方将共同开拓并发展非洲地区的在线阅读市场;
- 5月**
  - 起点中文网召开17周年分享会, 宣布发布“百川计划”;
  - QQ阅读全面升级包月VIP, 正式更名为“荣耀会员”;
- 5月13日**
  - 塔读文学在520围绕着“有塔不孤读”核心主题, 联合明星艺人开展主题活动, 并且亮相麦田音乐节北京站, 打造塔读文学时光小书屋;

# 2季度热点：《2018-2019年度文化IP评价报告》发布 文学是文化产品“出海”最大IP来源，讲好中国故事任重道远

5月29日，由文旅部、国家广电总局、北京市人民政府联合主办的第14届中国北京国际文化创意产业博览会开幕，并发布《成就新时代的中国文化符号：2018-2019年度文化IP评价报告》，该报告对电影、连续剧、游戏、文学、漫画、动画等领域的IP“出海”情况首次进行了评估。报告发现，带有中国传统文化元素的IP更受海外用户青睐，但目前文学IP整体开发深度和广度仍不高，未来在中国传统优秀文化挖掘与推广上还需多努力。

## 报告观点：



## 指标说明：

**IP价值**=用户参与度\*口碑评价系数\*开发度系数\*中国文化元素系数

**用户参与度**：IP的头部产品下载量、阅读量、人气等，并根据各领域情况，设定用户时间系数，以用户\*时间的概念综合进行标准化处理

**中国文化元素系数**：IP是否体现中国元素及体现程度

## 口碑评价系数：

用户口碑: Twitter、Facebook等主流社交媒体（非新闻媒体账号）用户评论综合分析

专业评分:海外各领域专业网站评分





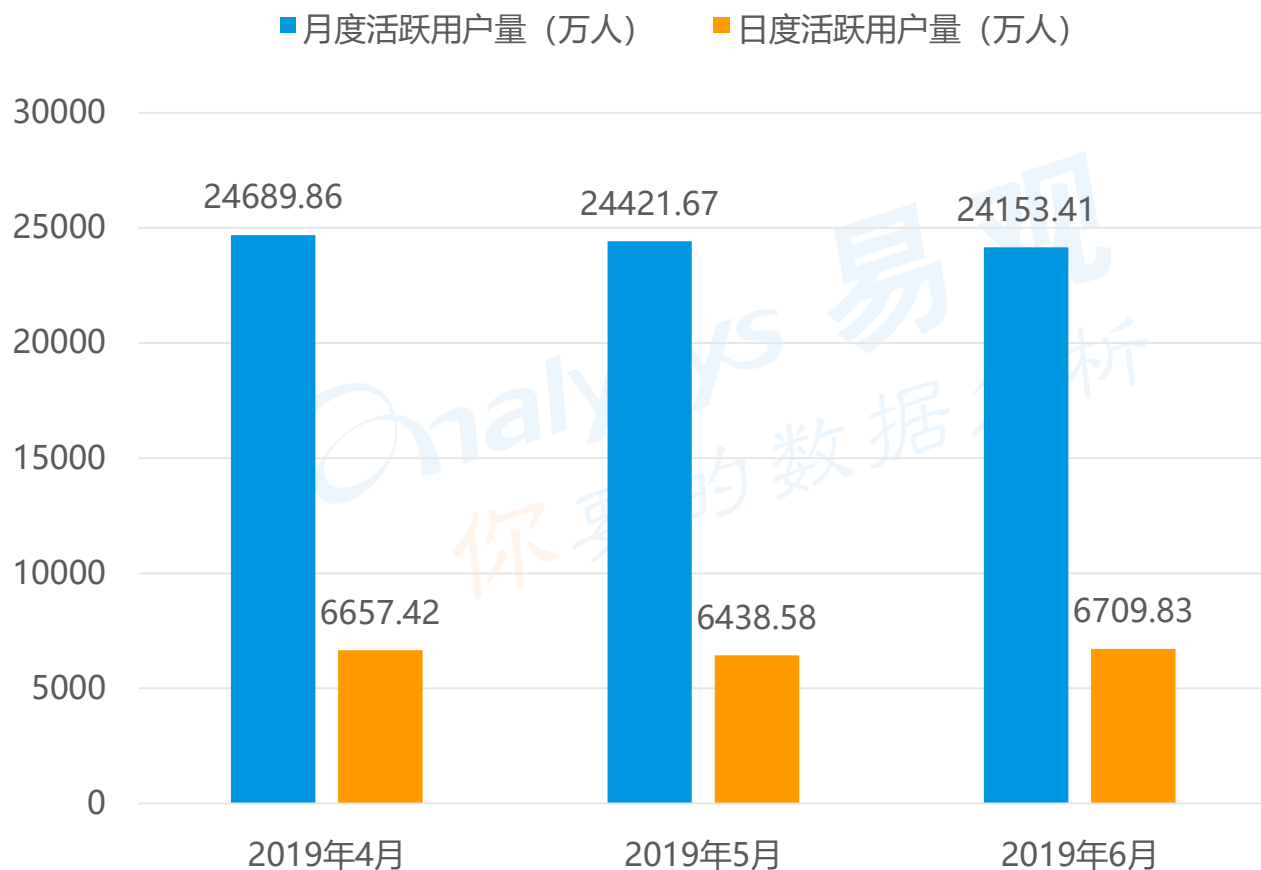
## 2季度中国移动阅读市场竞争分析

NO



# 2019年2季度阅读用户规模： 相较于一季度增加1079.9万活跃用户

## 2019年2季度 综合阅读领域活跃用户规模统计



**33235.61** (万人) 3.36% ↗

2019年2季度 综合阅读领域活跃用户规模

**19.68** (次) 11.69% ↗

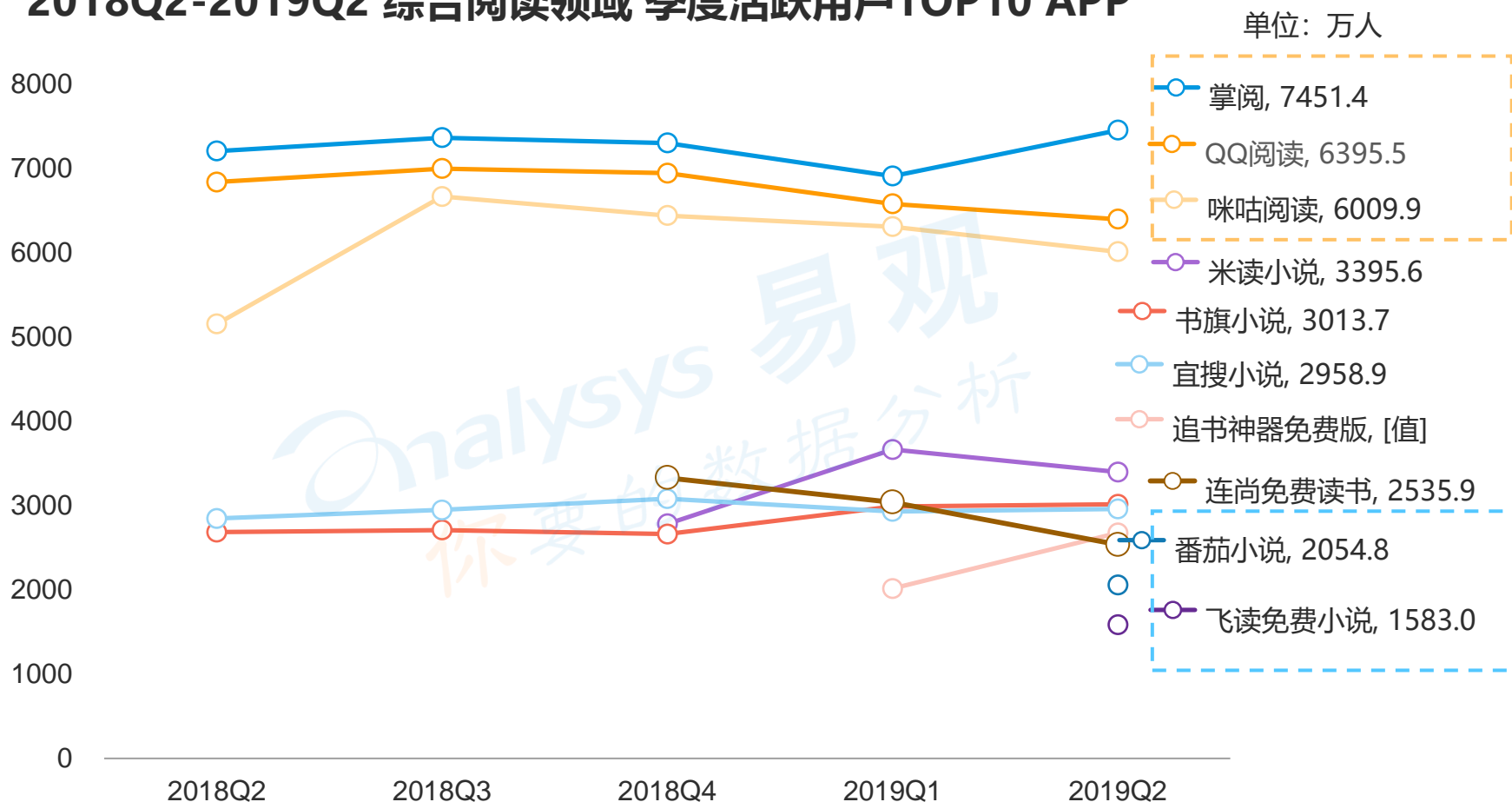
2019年2季度 综合阅读领域人均单日启动次数

**267.42** (分钟) 11.84% ↗

2019年2季度 综合阅读领域人均单日使用时长

# 行业主要竞品规模对比： 行业巨头地位稳固，免费阅读平台竞争激烈，入榜平台多有变数

2018Q2-2019Q2 综合阅读领域 季度活跃用户TOP10 APP



TOP榜  
高活跃

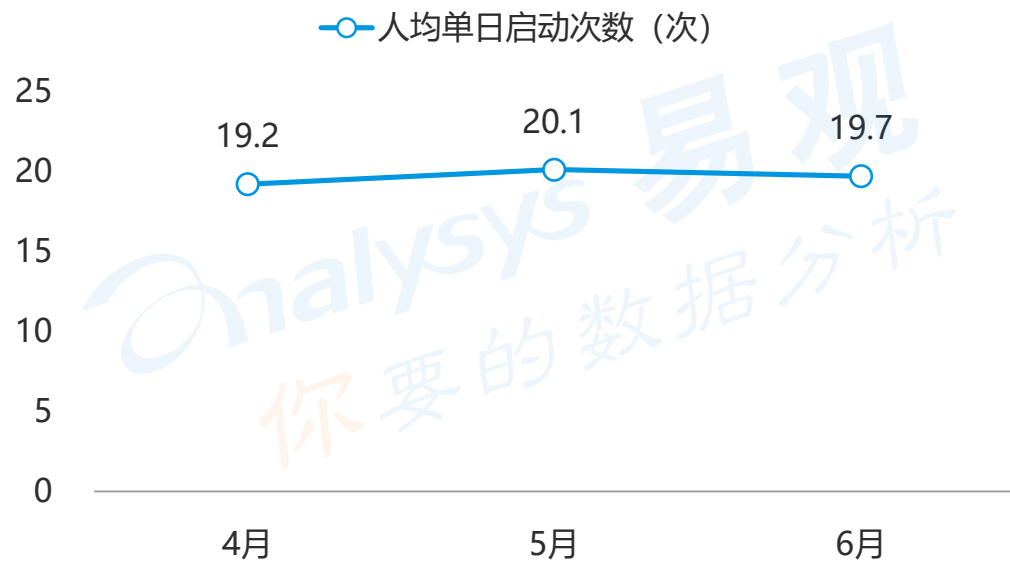
相较1季度，连尚免费读书用户规模略有下降，番茄小说、飞读免费小说后来居上

TOP榜  
新晋者

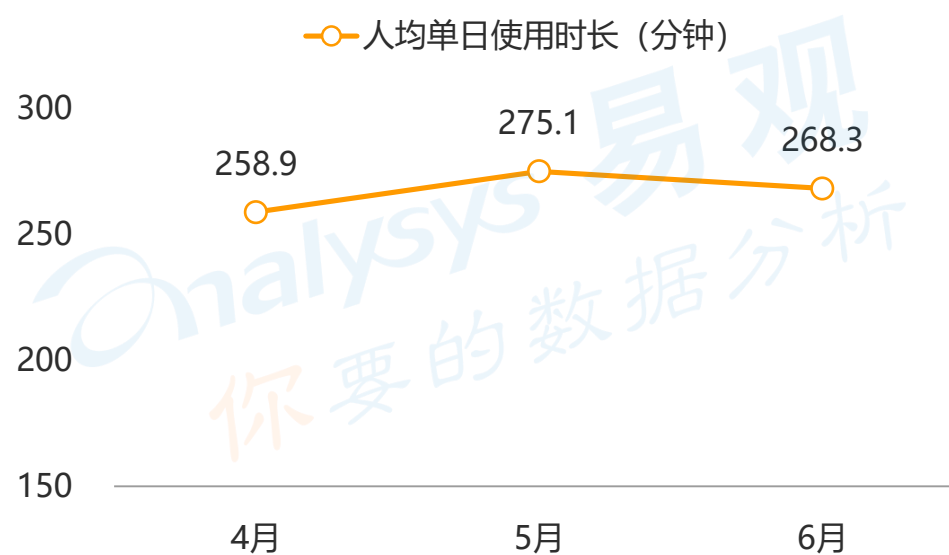
# 2019年2季度移动阅读用户粘性波动幅度较小

- 2019年2季度，在精细化运营下，相较于第一季度移动阅读行业无论是规模上，还是用户粘性上波动幅度减缓，整体趋于稳定。人均单日启动稳定在17-21次之间，人均单日使用稳定在4-5小时之间；
- 根据易观千帆数据检测显示，2季度通常为每年的过渡期，数值较为稳定，将迎来3季度的小爆发；

### 2019年2季度 综合阅读用户人均单日启动次数

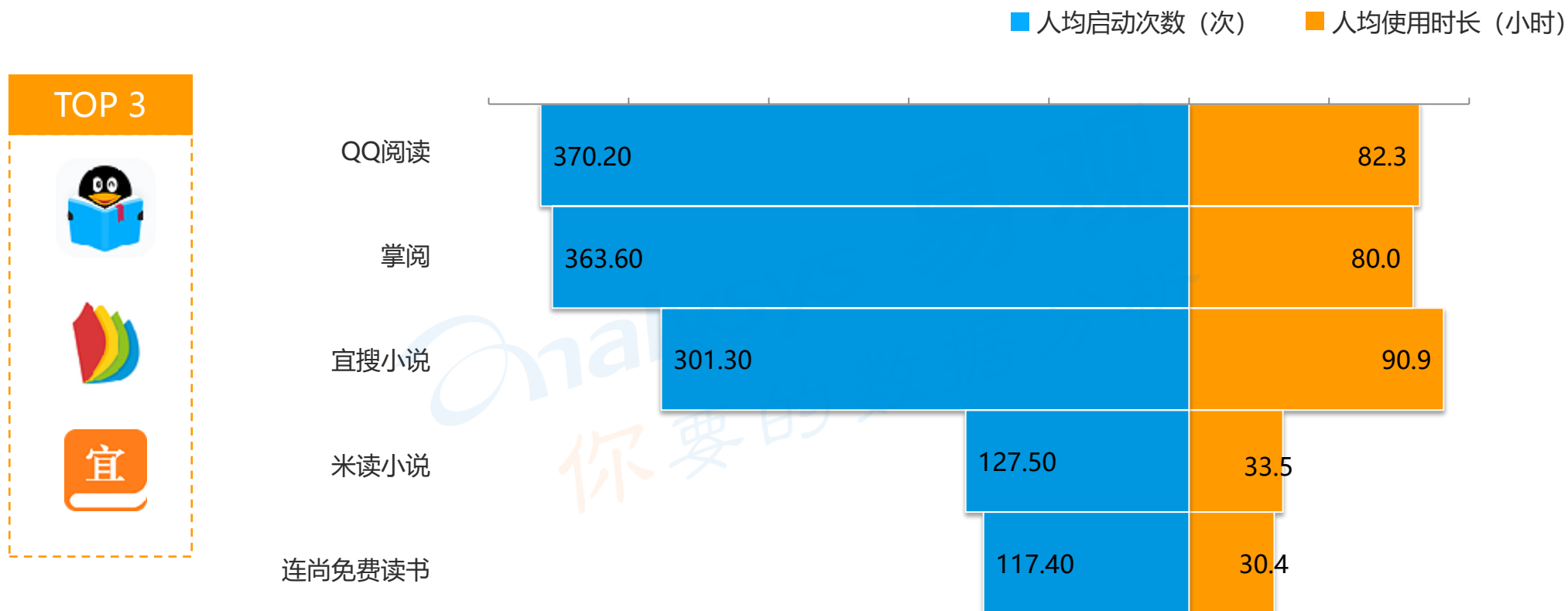


### 2019年2季度 综合阅读用户人均单日使用时长



# 行业季活top10的移动阅读应用人均行为分析：QQ阅读领跑

## 2019年第2季度活跃用户 top10的移动阅读应用人均行为分析





# 2019年2季度中国移动阅读行业数字用户排行榜 (1/2)

随着互联网进入下半场，互联网人口红利期结束，获客成本逐渐提高，对于互联网企业来说，**活跃数字用户规模**成为衡量数字用户资产最重要的指标。梅特卡夫定律中提出，用户数是影响互联网企业价值的最重要因素。而**数字用户规模能够有效衡量企业的用户基础与资源**。窥一斑而知全豹，基于企业数字用户资产，能够估计企业当前价值，预判企业未来发展。易观对易观千帆检测到的阅读类APP进行集团归总，并去重，得到阅读集团下的总体数字阅读用户量。

序号	企业名称 (简称)	主要APP
<b>5000W以上</b>		
1	阅文集团	QQ阅读
2	掌阅	掌阅
3	咪咕数媒	咪咕阅读
<b>2000W-5000W</b>		
4	七猫传媒*	七猫免费小说
5	趣头条·掌端科技	米读小说
6	宜搜科技·宜搜小说	宜搜小说
7	元聚网络·追书神器	追书神器免费版
8	阿里文学	书旗小说
9	连尚文学	连尚免费读书
10	今日头条·阅读无限	番茄小说
<b>500W-2000W</b>		
11	爱奇艺文学	爱奇艺阅读
12	纵横文学	熊猫看书
13	微信读书	微信读书
14	鸿鹭华阅文化	免费追书
15	搜狗	搜狗阅读
16	点众科技	快看小说
17	易天新动·塔读文学	塔读文学
18	天桐互动	快点
19	中文万维	免费电子书
<b>500W以下</b>		
20	.....	.....

来源：易观 2019

来源：易观 2019

说明：1.数字用户规模是指独立公司的业务品牌所覆盖的数字用户总量；2.易观将同一集团下的各APP默认视为集团可调动资源，通过对易观千帆检测到的APP进行去重计算，得出该集团/企业的数字用户规模，其中数据按照同一设备是为同一用户的规则去重；3.本排行榜只计算集团下文字阅读类App数据，不包含听书类App；4.易观千帆综合阅读领域于2季度新收录七猫免费小说，七猫传媒属于新收录而上榜，而非活跃用户规模大幅增长而上榜。

# 2019年2季度中国移动阅读行业数字用户排行榜 (2/2)

- 5000W以上企业均为生态型企业，受产业链布局影响较大，三席厂商均构建了自己独特的泛娱乐体系，不仅在影、音、文、漫、游等领域有业务布局，可做生态联动，还在具体的文学领域逐步完善上下游，打造文学生态闭环；
- 2000-5000W用户的企业中，以免费阅读平台为主，在快速增长的背后，需要各平台引起注意的是：文学内容质量的筛选与把控。7月，番茄小说、米读小说均收到来自扫黄打非办令其停止更新、停止经营性业务3个月的通知。网文行业是变现周期相对较长的行业，前期内容质量把关不严及用户体验的设计，一定程度上会为后期精细运营埋下隐患，满足用户需求的同时，完善内容审核机制并构建自有作家体系，为用户提供真正有价值的好内容，是免费阅读类平台当前的重要关注点；
- 500-2000W用户的企业中，9席中，3席为免费阅读为主的平台，其中塔读文学凭借其免费阅读产品——免费小说阅读活跃量大幅增长，季度活跃用户达到929.22万人，排位第17。此外其余6席凭借自身特色优势，2季度均有不同程度的上涨。

纵览2019年2季度综合阅读企业的数字用户排行榜，我们发现如下值得关注的点：

## ● 下沉红利仍在继续，500W阵营厂商持续增加

2季度，进入500W活跃用户阵营的企业达到19位，相较1季度新增4位，分别是：七猫传媒、今日头条·阅读无限、鸿鹭华阅文化、天桐互动。其中，头条系产品（番茄小说）后来居上，2季度正式发力；鸿鹭华阅文化（免费追书）发力免费，快速增长；天桐互动（快点）助攻对话体小说，在互动阅读细分领域中表现亮眼；

## ● 第二梯队由免费阅读产品领跑

2000W-5000W中，7席厂商里有6席厂商主要产品为免费阅读产品，分别为：七猫免费小说、米读小说、宜搜小说、追书神器免费版、连尚免费读书、番茄小说。



## 2季度中国移动阅读市场典型厂商

NO

# 阅文集团：IP整体布局全方面、多方向发展

2019年2季度，阅文集团呈现全面发展的态势，从生产端到用户端，从国内市场到海外市场，阅文集团分别在作者扶持与IP开发、用户体验升级、海外寻找战略合作伙伴等方面发力，同时我们看到，在竞争较为激烈的免费阅读市场，阅文集团推出的飞读免费小说在2季度冲进季度活跃榜单TOP10，产品设计上一方面功能升级，另一方面增加了广告版块，而如何平衡广告设计与用户体验的关系，阅文集团未来还将有更多探索。

## IP开发

### 尝试多线开发方向，推进IP下游衍生

2季度，阅文集团小说IP改编稳步推进，上线作品数量达6部。同期，阅文通过投资、战略联盟的方式，对IP开发做了布局。

- 6月20日，阅文集团投资A4漫业，双方将对多部小说进行漫画合作改编，并在漫改作品积累一定影响力后，尝试进行IP的全产业链开发。A4漫业是一家致力于原创动漫内容制作的企业，其近几年不仅生产出优秀作品在腾讯动漫上进行连载，且此前也参与过阅文集团的小说改编漫画项目，如：《神藏》，此番投资，双方将碰撞出新的火花。
- 同是6月，阅文集团与37手游、极光网络、中手游、米娅游戏等多家业界合作方联合成立IP联盟，推进头部IP游戏的开发制作。

在常规性影视/游戏等形态改编外，阅文集团在文旅方面也开始尝试多线开发，参与了云南省与腾讯共同发布的“云南新文旅IP战略合作计划”，未来将在文旅IP开发上发力。

### 2019年2季度阅文集团IP改编上线作品统计

类型	数量	名称
广播剧	1	《全职高手》第一季
漫画	1	《我家徒弟又挂了》
动画	2	《斗破苍穹特别篇2沙之澜歌》 《崩坏星河》
影视	1	《白发》
游戏	1	《新斗罗大陆》



# 阅文集团：优化自身，不断拓展海外事业版图

## 推进优秀作者培育体系

5月，起点中文网召开17周年分享会，宣布发布“百川计划”，在“原创内容”、“衍生分发”、“粉丝互动”上加大投入，进一步拓展粉丝经济与社区生态，从源头夯实“IP全产业链”。

### 易观分析：

“IP全产业链开发”以往仅注重IP内容是否优质，而忽略了其他因素。在众多案例中我们发现，IP从小说/漫画改编为其他形态需涉及多次开发，且为适应新的表现形态需要做大量的细节调整，在部分改编作品中，改编效果并不成功。因此，拥有优质IP仅是IP开发的基础，在此基础上拓展粉丝经济，重视UGC生产的力量，未来可能会为市场打开新局面。

## 优化会员服务

5月27日，旗下旗舰产品QQ阅读全面升级包月VIP，正式更名为“荣耀会员”，推出了多项围绕IP特性定制化的粉丝特权与福利，将进一步优化会员服务 and 体验。

### 易观分析：

根据易观千帆数据检测，2019年6月QQ阅读在行业中用户粘性表现亮眼，人均启动次数和人均使用时长在行业排名第一。升级会员服务、借助IP粉丝基础加强粉丝互动，可以更好的提升用户体验、在留住原有用户的基础上吸引更多的用户。

## 扩大海外布局

6月，阅文集团海外市场重点布局非洲与东南亚。非洲市场：与传音控股达成战略合作，将在线阅读App预装在传音全品牌手机上；东南亚市场：与新加坡电信集团建立战略合作关系，探索东南亚市场的发展潜力，并且发布东南亚原创扶持计划“群星计划”。

### 易观分析：

非洲数字化阅读正处于起步阶段，阅文集团正是瞄准了非洲下沉市场的人口红利，凭借传音手机在非洲的影响力，进一步开拓非洲在线阅读市场；东南亚市场上，阅文联手“新电信”，凭借在东南亚拥有近万名原创作家、占全球整体译者的70%以上的东南亚译者的优势，可进一步拓展东南亚市场，通过海外原创扶持计划培育海外原创作者，助力中国网文出海。

# 掌阅科技：积极完善布局，加码青少年阅读市场



2019年二季度，掌阅科技市场动作多为完善布局，业务方向上，强化青少年阅读战略、重点投入影视化改编制作。其中，K12数字阅读市场目前整体面临推广难度大、用户上网时长少的问题，推广需要更多的政策、校园支持，目前掌阅进入校园市场仅是第一步，未来需要考虑如何借助产品自身的优势让用户留存，并采用何种渠道产生变现，未来市场考验将进一步加剧。



## 拓展K12市场

- 3月29日，掌阅科技上线“掌阅校园”，面向K12市场为用户提供分级阅读服务，内容包含选自全球36个国家的中小学课外图书，配置北京师范大学等教育专家团队，可以依据学生阅读能力测评结果推荐书籍。

易观分析：早在2018年8月，掌阅便上线了一款针对青少年用户的产品“掌阅课外书”，与之相比，“掌阅校园”产品在学校、教师、学生绑定关系上做了进一步加强，一定程度上可以看出掌阅未来在青少年阅读市场的决心。目前，K12数字阅读市场整体面临推广难度大、用户上网时长少的问题，推广需要更多的政策、校园支持，目前掌阅进入校园市场仅是第一步，未来需要考虑如何借助产品自身的优势让用户留存，并采用何种渠道产生变现，未来市场考验将进一步加剧。



## 投资成立影视制作公司

- 4月30日，掌阅科技股份有限公司新增对外投资，与王良、天津影文企业管理咨询合伙企业（有限合伙）共同投资1000万元人民币设立北京掌阅影视有限公司。

易观分析：影视化是扩大IP影响力最有效的方式，背靠优质的IP小说资源，掌阅也在积极加码影视改编制作，未来将出现更多的影视改编作品。

# 塔读文学：定向挖掘培养年轻作者，积累优质内容，免费阅读平台不断得到用户认可



2季度，塔读文学在用户端和创作端有相应进展。

用户端，免费阅读产品数据不断上涨，为塔读文学整体数字阅读用户规模贡献了力量；创作端，塔读进行了多场线下阅读推广活动，不断扩大自己品牌的综合影响力。与此同时，塔读走进大学校园，吸引充满创造力与想象力的年轻作家，为平台积累优秀的作品与人才。未来塔读也将继续鼓励青年创作，引进相关优质作品。

## 青年作家作品征集

4月，塔读文学在中国传媒大学召开“塔读文学第一届校园征文大赛”，以在校大学生为主，征集优秀青年作家作品。根据相关数据显示，90后已成为目前的写作主力军，且有不断年轻化的趋势，针对大学生定向挖掘和培养，为丰富平台内容库、培养创作主力军起到了积极作用。

## 线下阅读推广活动

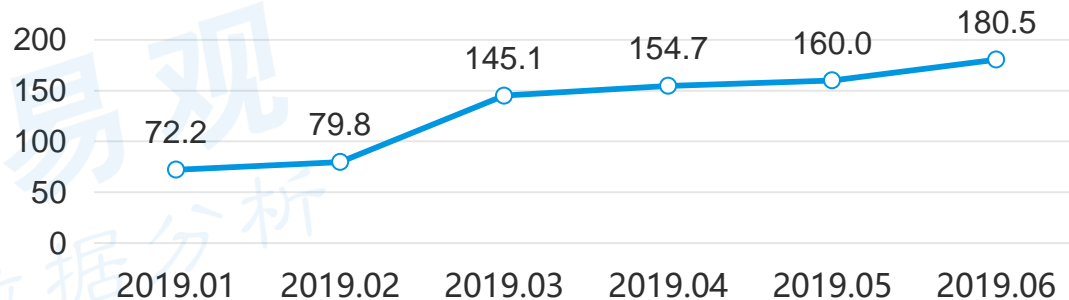
5月，塔读文学围绕“有塔不孤读”这一核心主题，联合明星艺人开展主题活动，并且亮相麦田音乐节北京站，打造塔读文学时光小书屋，整体对外扩大了品牌曝光量，提升了网络文学整体的品牌形象与品牌好感度。

## 免费阅读产品表现



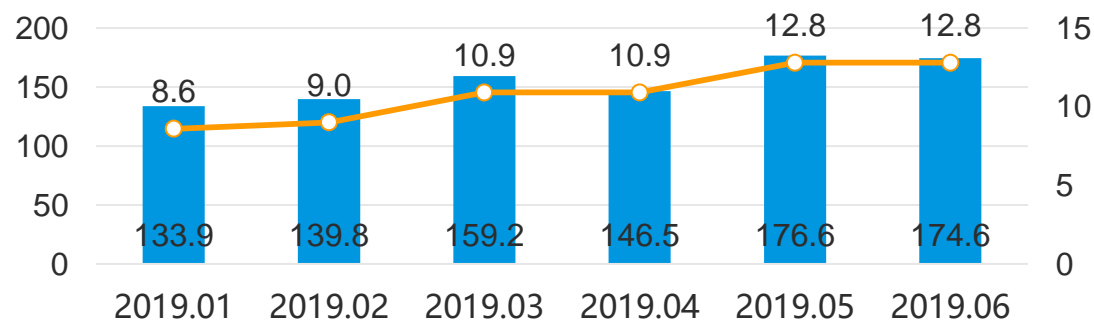
### 2019年1月-6月免费小说阅读APP MAU

—○— 月度活跃用户量 (万人)



### 2019年1月-6月免费小说阅读用户粘性表现

■ 人均单日使用时长(分钟)      —○— 人均单日启动次数 (次)



# 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