

2024年中国网络音频行业： “耳朵经济”进入全场景时代

2024 China Network Audio Industry :

The “Ear Economy” Enters the Era of All-scene

2024 年中国ネットワークオーディオ産業：

「耳の経済」はオールシーンの時代に突入する
(摘要版)

报告标签：播客、有声书、广播剧、AI音频生成、喜马拉雅

主笔人：程希

报告提供的任何内容（包括但不限于数据、文字、图表、图像等）均系头豹研究院独有的高度机密性文件（在报告中另行标明出处者除外）。未经头豹研究院事先书面许可，任何人不得以任何方式擅自复制、再造、传播、出版、引用、改编、汇编本报告内容，若有违反上述约定的行为发生，头豹研究院保留采取法律措施、追究相关人员责任的权利。头豹研究院开展的所有商业活动均使用“头豹研究院”或“头豹”的商号、商标，头豹研究院无任何前述名称之外的其他分支机构，也未授权或聘用其他任何第三方代表头豹研究院开展商业活动。

团队介绍



刘贵仁
消费行业首席分析师
gary.liu@leadleo.com



程希
消费行业分析师
xi.cheng@leadleo.com

头豹研究院

咨询/合作

网址: www.leadleo.com

电话: 13080197867 (李先生)

电话: 13631510331 (刘先生)

@深圳市华润置地大厦E座4105室



观点摘要

网络音频是由相关平台通过互联网为用户提供的有声读物、泛娱乐音频、播客、精品知识分享、音频直播等全类型音频内容及衍生社交服务。“耳朵经济”立足于声音的不饱和性特质，利用声音媒介的可叠加性，用音频赋予时间双线性价值，有效填充用户的碎片化时间。随着相关技术不断革新，网络音频行业正挣脱时空限制，跨越式步入全场景体验时代。随着网络音频用户规模的增长与智能终端设备的发展，网络音频市场规模有望迎来进一步扩容，预计到2028年，中国网络音频行业市场规模将达到428.0亿元。

✓ 网络音频具有知识属性、娱乐属性与伴随属性，能够赋予时间双线性价值，有效填充消费者的碎片化时间

声音具有不饱和性特质，网络音频能够通过网络渠道实现传播者与受众的互动，形成交互式传播，提升受众的参与度。互动性与陪伴性使得收听网络音频成为消费者重要的数字化生活方式之一，网络音频解放了观众的双手和眼睛，使路上、运动中、睡前等场景成为受众首选的休闲娱乐碎片时段。

✓ 智能终端的崛起拓展了网络音频的线下应用场景，市场空间仍有较大增量潜力

智能终端设备的发展极大拓展了网络音频的线下场景，网络音频步入全场景时代。硬件制造商、系统研发商与内容服务商一起逐步构建起网络音频的全场景生态。中国互联网络信息中心数据显示，中国移动物联网用户规模快速扩大，截至2023年6月，蜂窝物联网终端用户21.2亿户，较2022年12月净增2.8亿户。

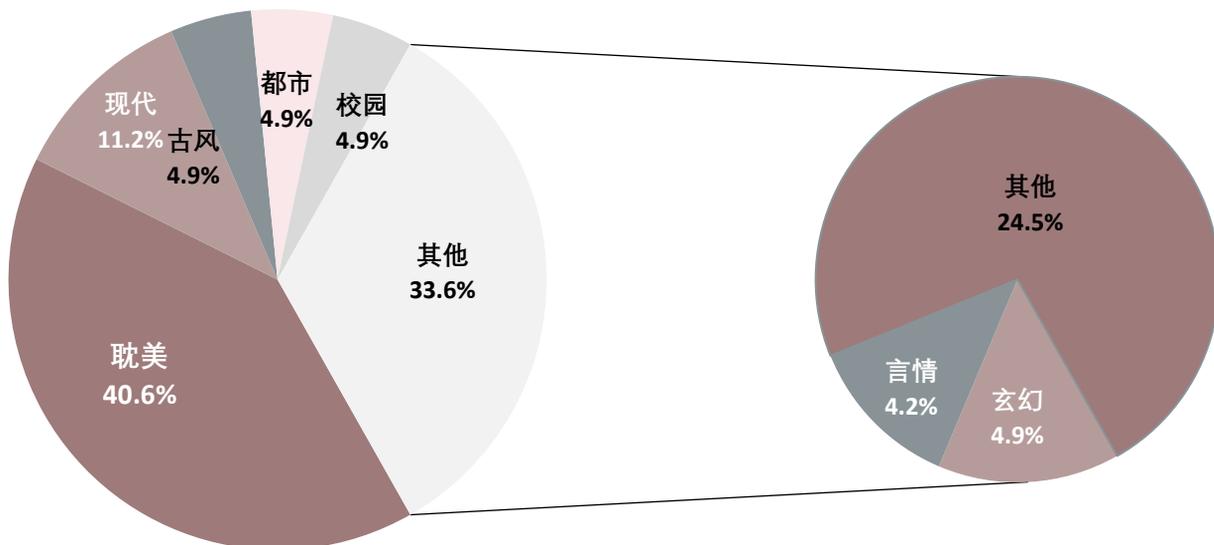
✓ 智能化是音频技术发展的趋势，人工智能生成技术能够带来低成本、质量稳定的内容，大幅提升音频产品的使用体验

生成式人工智能商业化应用条件加速成熟，AI音频生成是AIGC技术主要渗透的领域之一，是指利用人工智能技术和算法来生成音频内容的领域。AI音频生成能够广泛应用于生产生活当中，提升信息传输的效率、人机交互的便捷性与使用体验。AIGC的应用能够有效降低成本，提升音频产品的使用体验。

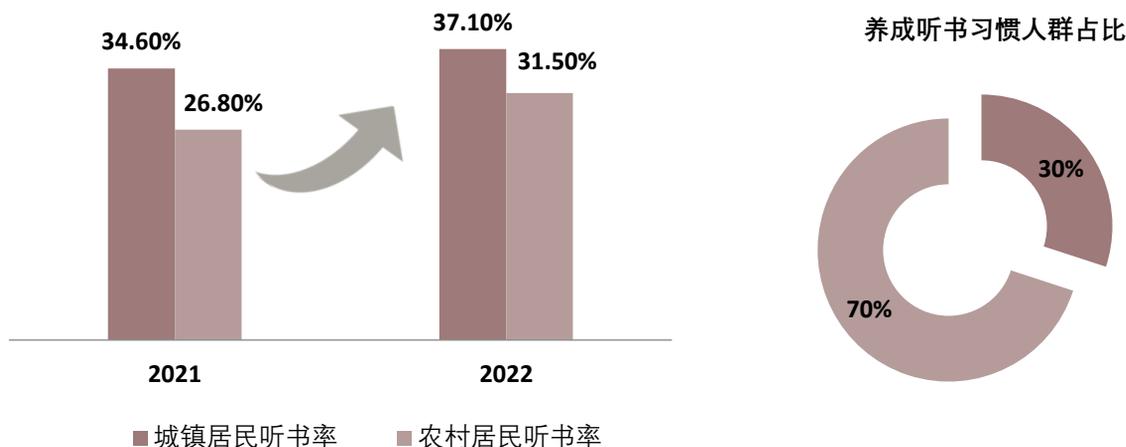
中国网络音频行业——行业细分

网络音频是由相关平台通过互联网为用户提供的有声读物、泛娱乐音频、播客、精品知识分享、音频直播等全类型音频内容。

广播剧题材类型分布，2023年H1



中国城乡居民听书率，2021-2022年



■ 有声书与广播剧为网络音频行业的重要品类，智能终端普及助推其快速发展。

广播剧是网络音频产品的重要品类，聚焦青年亚文化小众市场。互联网的快速发展使得以往不被受众关注的小众产品有了被受众关注的可能性，形成了不容小觑的利基市场。广播剧的受众主要由原著粉丝与配音演员粉丝组成。《第二十次全国国民阅读调查》显示，超过30%的国民养成了听书的习惯，城乡居民听书率均有所上升，且差距有所减小。2022年城镇成年居民的听书率为37.1%，农村成年居民的听书率为31.5%。

来源：猫耳FM官方、中国新闻出版研究院、头豹研究院

中国网络音频行业——市场规模

预计到2028年，中国网络音频行业市场规模将达到428.0亿元，2023-2028E中国网络音频行业市场规模复合年均增长率为3.6%。

中国网络音频行业市场规模及预测，2019-2028E



■ 网络音频行业整体呈现上升趋势，未来将保持平稳增长趋势。

网络音频行业整体呈现上升趋势，主要得益于以下几方面：（1）中国网民规模及网络综合视频用户数量的增长促进了网络剧的发展。截至2023年6月，中国网民规模达到10.8亿人，较2022年12月增长1,109万人，互联网普及率达到76.4%。中国网络视听用户规模达到10.4亿人，网民使用率为97.4%，其中网络综合视频用户约为7.2亿人。（2）知识付费用户规模逐步扩大，成为网络音频行业规模增长的重要因素。樊登读书联合上海图书馆（上海科学技术情报研究所）共同发布的《2022年阅读趋势研究报告》中提到2021年中国知识付费用户规模超4.77亿，消费者愈加重视知识的获取及利用，不断提升对知识付费的接受度和认可度，未来知识付费用户规模将持续扩大。网络音频作为知识付费行业的重要组成部分，知识付费用户规模扩大能够促进网络音频行业规模增长。

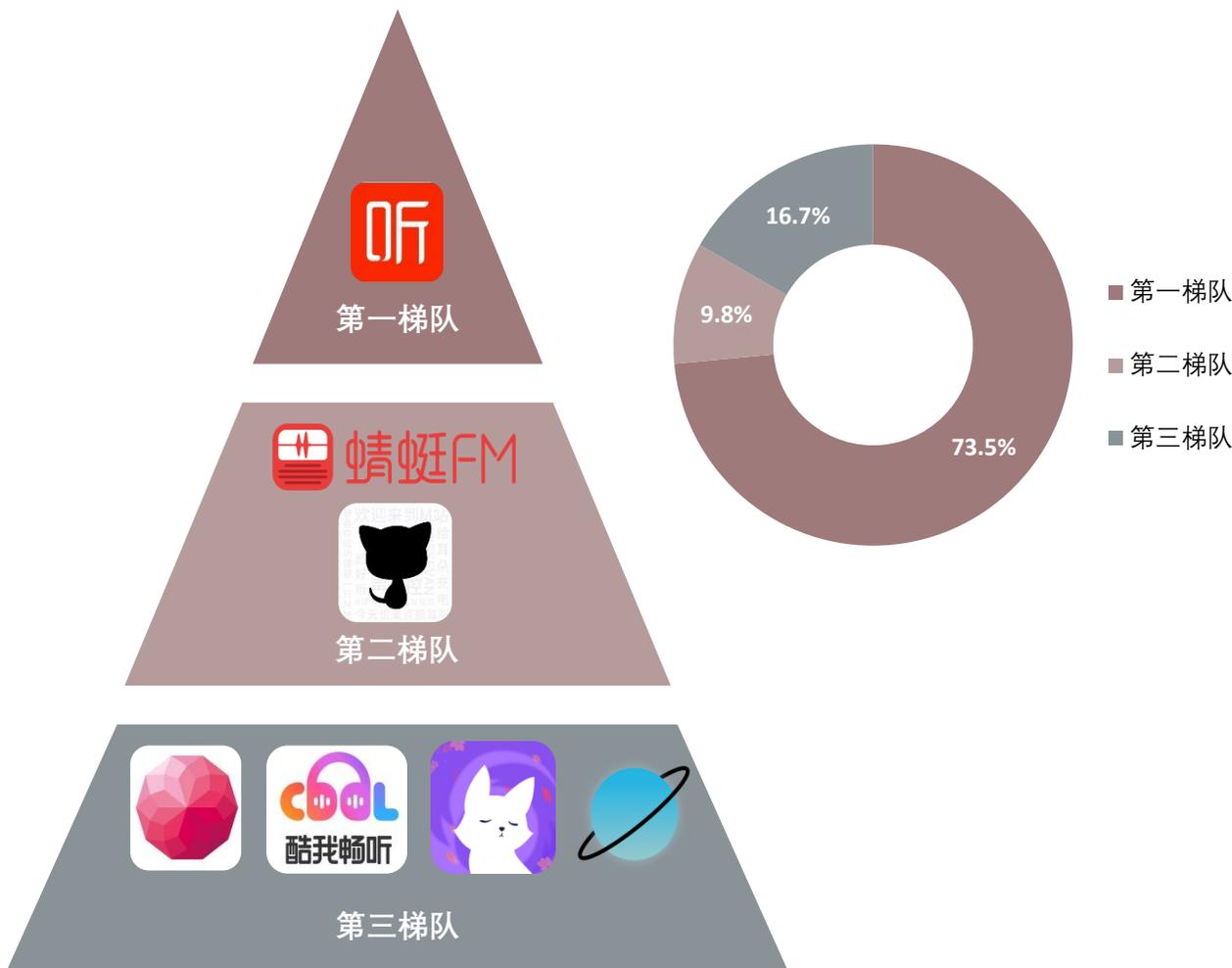
未来网络音频将保持平稳增长趋势，智能终端设备的发展极大拓展了网络音频的线下场景，网络音频步入全场景时代。以智能音箱、智能家居产品、智能穿戴设备为代表的IoT设备对移动端的应用场景是一个强大补充，2023年1-6月，中国市场手机总体出货量累计1.3亿部，无线蓝牙耳机市场出货量4,588万台。硬件制造商、系统研发商与内容服务商一起逐步构建起网络音频的全场景生态，为音频产品的持续收听和音频平台用户的持续扩张奠定基础。

来源：中国网络视听节目服务协会、头豹研究院

中国网络音频行业——产业链中游

网络音频行业产业链中游为音频内容传播，中游市场集中度较高，喜马拉雅以73.5%的月活用户占比稳居网络音频平台榜首。网络音频平台盈利模式主要包括广告、内容付费、硬件售卖等。

网络音频平台梯队分布及市场占有率，2022年



■ 产业链中游市场集中度高，喜马拉雅月活用户占比稳居榜首。

网络音频行业中游为音频内容传播，网络音频平台按照平台内容可分为综合音频平台、在线音乐平台、二次元平台、音频直播社交平台及播客平台。喜马拉雅是中国网络音频领军品牌，中国网络视听节目服务协会发布的《中国网络视听发展研究报告》中提到喜马拉雅以73.5%的月活用户占比稳居网络音频平台榜首。喜马拉雅平台内容创作者数量超1,351万，截至2023年第三季度，全场景平均月活跃用户达3.45亿。

■ 网络音频平台商业化模式尚未完全成熟，盈利模式仍在持续探索中。

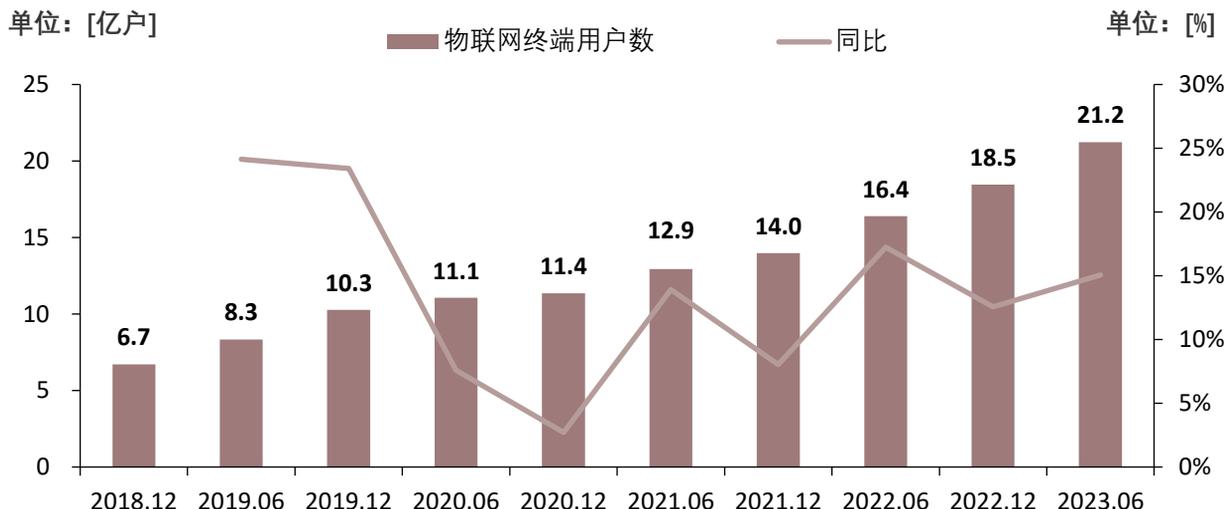
2022年网络音频平台实现了首次盈利，喜马拉雅创始人兼 CEO 余建军在公司年会上透露：“喜马拉雅于2022年第四季度首次实现单季度千万级盈利。”荔枝2022年实现营收21.85亿元，同比增长3%；净利润8,650万元，首次实现全年盈利。

来源：中国网络视听节目服务协会、各企业官网、头豹研究院

中国网络音频行业驱动因素——全场景生态

智能终端设备的发展极大拓展了网络音频的线下场景，网络音频步入全场景时代。硬件制造商、系统研发商与内容服务商一起逐步构建起网络音频的全场景生态。

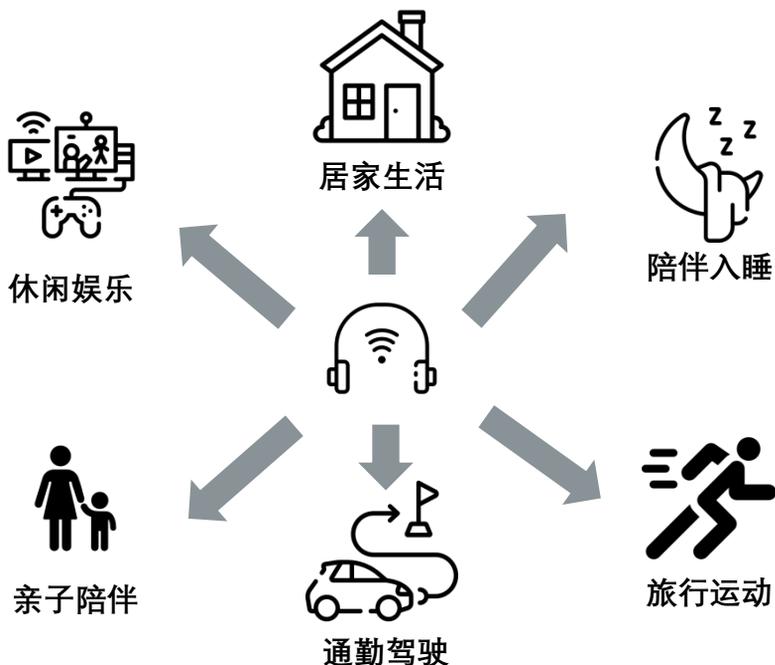
中国物联网终端用户数，2018年12月-2023年6月



网络音频收听场景

中国物联网终端用户数持续扩大，约占全球总数的70%。

中国互联网络信息中心数据显示，中国移动物联网用户规模快速扩大，截至2023年6月，蜂窝物联网终端用户21.2亿户，较2022年12月净增2.8亿户，占移动网终端连接数（包括移动电话用户和蜂窝物联网终端用户）的比重达55.4%。中国已形成涵盖芯片、模组、终端、软件、平台和服务等环节的较为完整的移动物联网产业链。截至2022年底，移动物联网终端应用于公共服务、车联网、智慧零售、智慧家居等领域的规模分别达5.0亿、3.8亿、2.5亿和1.9亿户。智能终端设备的发展极大拓展了网络音频的线下场景，网络音频步入全场景时代。



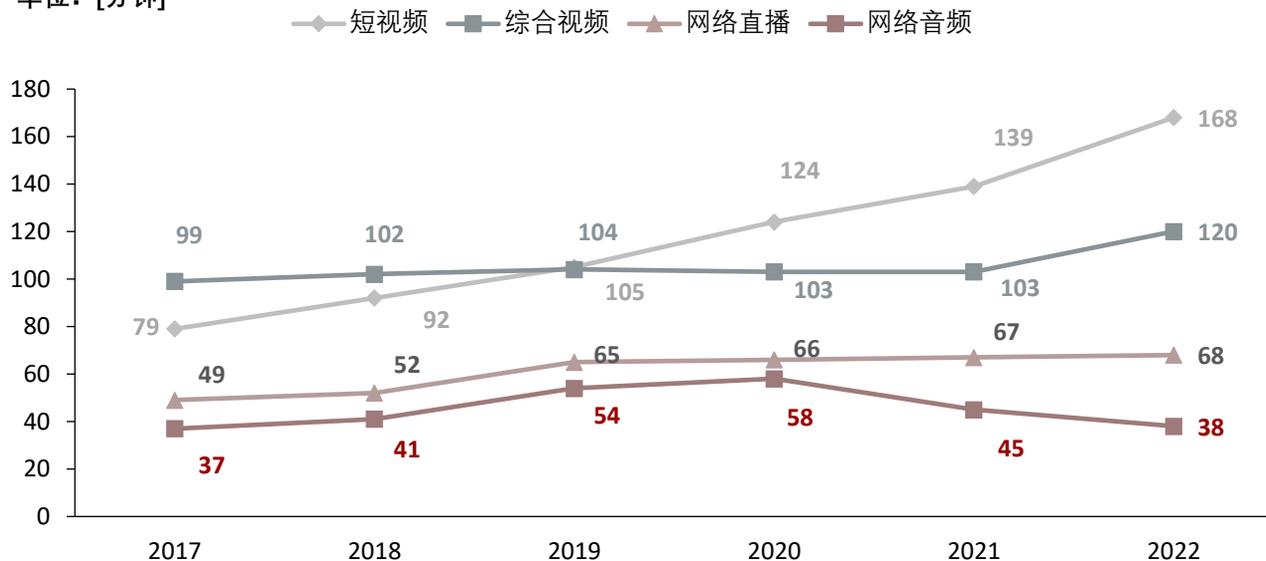
来源：中国互联网络信息中心、头豹研究院

中国网络音频行业制约因素——用户规模

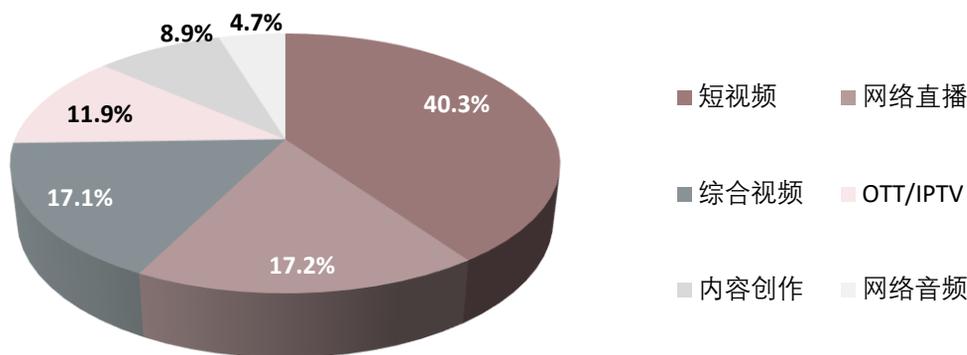
网络视听内部市场格局存在发展不平衡问题，网络音频产业份额占比不高。随着短视频、直播等新媒体形态的崛起，市场竞争愈发激烈，网络音频行业用户规模低于视频业用户规模。

网络视听细分应用人均单日使用时长，2017-2022年

单位：[分钟]



网络视听行业市场规模构成，2022年



网络视听内部市场格局发展不平衡，网络音频产业份额占比不高。

随着短视频、直播等新媒体形态的崛起，市场竞争愈发激烈。中国网络视听节目服务协会发布的《中国网络视听发展研究报告（2023）》中的数据 displays，人均单日使用网络音频的时间为38分钟，远低于短视频的人均单日使用时间168分钟。2022年网络音频用户规模为3.2亿，与短视频、网络直播、综合视频等业态的用户规模存在较大差距。2022年网络音频行业市场规模为338.5亿元，仅占网络视听行业市场规模的4.7%。网络音频用户规模是制约网络音频行业发展的重要因素，未来网络音频平台需不断丰富内容，为各细分用户群体提供个性化内容，进一步提高网络音频渗透率。

来源：头豹研究院

未完待续
下篇正在进行中

若您期待尽快看到下篇报告或对下篇报告的内容有独到见解，头豹欢迎您加入到此篇报告的研究中。相关咨询，欢迎联系头豹研究院消费行业研究团队

邮箱：gary.liu@leadleo.com

完整版研究报告阅读渠道：

- 登录www.leadleo.com，搜索《2024年中国网络音频行业：“耳朵经济”进入全场景时代》

了解其他消费系列课题，登陆头豹研究院官网搜索查阅：

- 2022年中国电子声学行业研究：VR/AR声学系统，Web3.0时代声学行业新机遇？
- 2021年中国音视频解决方案系列报告（一）：行业现状以及价值分析
- 2020年中国音频社区行业概览

方法论

- ◆ 头豹研究院布局中国市场，深入研究19大行业，持续跟踪532个垂直行业的市场变化，已沉淀超过100万行业研究价值数据元素，完成超过1万个独立的研究咨询项目。
- ◆ 头豹研究院依托中国活跃的经济环境，研究内容覆盖整个行业发展周期，伴随着行业内企业的创立，发展，扩张，到企业上市及上市后的成熟期，头豹各行业研究员积极探索和评估行业中多变的产业模式，企业的商业模式和运营模式，以专业视野解读行业的沿革。
- ◆ 头豹研究院融合传统与新型的研究方法论，采用自主研发算法，结合行业交叉大数据，通过多元化调研方法，挖掘定量数据背后根因，剖析定性内容背后的逻辑，客观真实地阐述行业现状，前瞻性地预测行业未来发展趋势，在研究院的每一份研究报告中，完整地呈现行业的过去，现在和未来。
- ◆ 头豹研究院密切关注行业发展最新动向，报告内容及数据会随着行业发展、技术革新、竞争格局变化、政策法规颁布、市场调研深入，保持不断更新与优化。
- ◆ 头豹研究院秉承匠心研究，砥砺前行的宗旨，以战略发展的视角分析行业，从执行落地的层面阐述观点，为每一位读者提供有深度有价值的研究报告。

法律声明

- ◆ 本报告著作权归头豹所有，未经书面许可，任何机构或个人不得以任何形式翻版、复刻、发表或引用。若征得头豹同意进行引用、刊发的，需在允许的范围内使用，并注明出处为“头豹研究院”，且不得对本报告进行任何有悖原意的引用、删节或修改。
- ◆ 本报告分析师具有专业研究能力，保证报告数据均来自合法合规渠道，观点产出及数据分析基于分析师对行业的客观理解，本报告不受任何第三方授意或影响。
- ◆ 本报告所涉及的观点或信息仅供参考，不构成任何证券或基金投资建议。本报告仅在相关法律许可的情况下发放，并仅为提供信息而发放，概不构成任何广告或证券研究报告。在法律许可的情况下，头豹可能会为报告中提及的企业提供或争取提供投融资或咨询等相关服务。
- ◆ 本报告的部分信息来源于公开资料，头豹对该等信息的准确性、完整性或可靠性不做任何保证。本报告所载的资料、意见及推测仅反映头豹于发布本报告当日的判断，过往报告中的描述不应作为日后的表现依据。在不同时期，头豹可发出与本报告所载资料、意见及推测不一致的报告或文章。头豹均不保证本报告所含信息保持在最新状态。同时，头豹对本报告所含信息可在不发出通知的情形下做出修改，读者应当自行关注相应的更新或修改。任何机构或个人应对其利用本报告的数据、分析、研究、部分或者全部内容所进行的一切活动负责并承担该等活动所导致的任何损失或伤害。

商务合作

阅读全部原创报告和百万数据

会员账号

募投可研、尽调、IRPR等研究咨询

定制报告/词条

定制公司的第一本

白皮书

内容授权商用、上市

招股书引用

企业产品宣传

市场地位确认

丰富简历履历，报名

云实习课程

头豹研究院

咨询/合作

网址: www.leadleo.com

电话: 13080197867 (李先生)

电话: 13631510331 (刘先生)

@深圳市华润置地大厦E座4105室