

2019年中国网络音频市场分析报告- 市场深度调研与发展趋势研究

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2019年中国网络音频市场分析报告-市场深度调研与发展趋势研究》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/375210375210.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、报告目录及图表目录

近年来，随着知识付费的爆发，中国网络音频用户规模迎来了新一轮的增长，2017年中国网络音频用户规模达2.6亿，2018年有望达3亿，从而为行业的发展注入了源源不断的活力。

2013-2018年我国网络音频用户规模数据来源：中国报告网整理

网络音频的时代，是硬件制造商、系统研发商与内容服务商通过构建音频场景生态，满足用户在特定场景特征下的音频收听需求，并以个人的音频收听习惯和偏好为基础，通过不同设备之间的无缝衔接和切换，融合贯穿不同场景下的音频收听行为。

根据调查，音频用户单次的收听时长集中在11-60分钟的比例为84.8%，13.6%用户每次收听音频时长超过一小时。用户收听频率高，粘性强：超过6成的音频用户是日活跃用户。高用户活跃与强用户粘性奠定了用户在多元场景下收听音频的坚实基础。

2018年中国音频用户收听网络音频的时长分布数据来源：中国报告网整理

2018年中国音频用户收听网络音频的频率分布数据来源：中国报告网整理

用户收听时段多样化：音频用户会在不同时间段收听音频，但主要集中在晚上(63.1%)中午(45.2%)以及早上(44.3%)等时段，这与晚上睡前、通勤路上等音频收听的主要细分场景大致吻合。用户收听场景多元化：音频收听已深度融入用户生活，无论是睡前(60.3%)，通勤途中(59.5%)等日常活动还是游戏(18.6%)、美容(18.5%)等闲散时光，都会有用户使用音频APP，充分体现了音频的伴随特性。艾瑞认为网络音频用户收听行为的动态分布及收听场景的多元化意味着不同场景、时间段下的网络音频收听载体和需求也，会不同，细分场景的发展逐步推动网络音频全场景时代的到来。

超过七成用户认为不同设备随时随地收听音频是重要的，说明用户有着强烈的迁移式音频收听需求。而这一用户需求的存在，也在不断促进音频全场景的发展。

2018年中国音频用户对不同设备随时随地收听音频内容的看重程度数据来源：中国报告网整理

随着车联网逐步发展，汽车中控系统成为车载智能硬件的重要代表，车机通过应用预装、投屏映射服务等方式，有效的实现了人机互动，从而推动了网络音频车载收听场景的发展。

2017年中国智能音箱市场在阿里的重金推广下，市场规模达到质的飞跃；2018年随着新玩家的进入行业热情依然高涨，中国智能音箱零售市场规模预计逼近600万台的销量。

2017年中国智能音箱市场数据来源：中国报告网整理

行车途中是音频重要的收听场景，在行车时，49.1%的音频用户会收听音频内容，车载音频有较大的用户使用基数。83.1%的车载音频用户为中度及以上用户，重度用户占比最大，达43.6%，车载音频用户绝大部分为忠实用户，由此可见车载音频场景已经具备了一定的市场基础。

2018年中国音频用户行车时收听行为数据来源：中国报告网整理

目前车载音频发展并不完善，行车时音频收听存在的问题。六成用户遇到过行车时信号不好，音频内容时段时续的问题；超过一半用户认为切换节目内容操作上不方便，45.1%

的用户对车载音频的声音质量不满意。因此车载音频的发展依然有许多问题亟待解决。

现有音频用户未来倾向于通过更加多元的智能设备进行音频的收听,随着互联网电视、智能音箱等的发展,未来音频收听的设备更加多元化,音频收听和的渠道载体进一步扩张,音频全场景的概念和内涵也得到延展。(ZPP)

观研天下发布的《2019年中国网络音频市场分析报告-市场深度调研与发展趋势研究》内容严谨、数据翔实,更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展动向、市场前景、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据,以及我中心对本行业的实地调研,结合了行业所处的环境,从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势,洞悉行业竞争格局,规避经营和投资风险,制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构,拥有资深的专家团队,多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告,客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业,并得到了客户的广泛认可。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据,海关总署,问卷调查数据,商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局,部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据,企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等,价格数据主要来自于各类市场监测数据库。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法,对行业进行全面的内外部环境分析,同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析,预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

第一章 2016-2018年中国网络音频行业发展概述

第一节 网络音频行业发展情况概述

- 一、网络音频行业相关定义
- 二、网络音频行业基本情况介绍
- 三、网络音频行业发展特点分析

第二节 中国网络音频行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、网络音频行业产业链条分析
- 三、中国网络音频行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国网络音频行业生命周期分析

- 一、网络音频行业生命周期理论概述
- 二、网络音频行业所属的生命周期分析

第四节 网络音频行业经济指标分析

- 一、网络音频行业的赢利性分析
- 二、网络音频行业的经济周期分析
- 三、网络音频行业附加值的提升空间分析

第五节 中国网络音频行业进入壁垒分析

- 一、网络音频行业资金壁垒分析
- 二、网络音频行业技术壁垒分析
- 三、网络音频行业人才壁垒分析
- 四、网络音频行业品牌壁垒分析
- 五、网络音频行业其他壁垒分析

第二章 2016-2018年全球网络音频行业市场发展现状分析

第一节 全球网络音频行业发展历程回顾

第二节 全球网络音频行业市场区域分布情况

第三节 亚洲网络音频行业地区市场分析

- 一、亚洲网络音频行业市场现状分析
- 二、亚洲网络音频行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲网络音频行业市场前景分析

第四节 北美网络音频行业地区市场分析

- 一、北美网络音频行业市场现状分析
- 二、北美网络音频行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美网络音频行业市场前景分析

第五节 欧盟网络音频行业地区市场分析

- 一、欧盟网络音频行业市场现状分析
- 二、欧盟网络音频行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧盟网络音频行业市场前景分析

第六节 2019-2025年世界网络音频行业分布走势预测

第七节 2019-2025年全球网络音频行业市场规模预测

第三章 中国网络音频产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析
- 二、工业经济发展形势分析

三、社会固定资产投资分析

四、全社会消费品网络音频总额

五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国网络音频行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国网络音频产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

第四章 中国网络音频行业运行情况

第一节 中国网络音频行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国网络音频行业市场规模分析

第三节 中国网络音频行业供应情况分析

第四节 中国网络音频行业需求情况分析

第五节 中国网络音频行业供需平衡分析

第六节 中国网络音频行业发展趋势分析

第五章 中国网络音频所属行业运行数据监测

第一节 中国网络音频所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国网络音频所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国网络音频所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章 2016-2018年中国网络音频市场格局分析

第一节 中国网络音频行业竞争现状分析

一、中国网络音频行业竞争情况分析

二、中国网络音频行业主要品牌分析

第二节 中国网络音频行业集中度分析

一、中国网络音频行业市场集中度分析

二、中国网络音频行业企业集中度分析

第三节 中国网络音频行业存在的问题

第四节 中国网络音频行业解决问题的策略分析

第五节 中国网络音频行业竞争力分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章 2016-2018年中国网络音频行业需求特点与价格走势分析

第一节 中国网络音频行业消费特点

第二节 中国网络音频行业消费偏好分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 网络音频行业成本分析

第四节 网络音频行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国网络音频行业价格现状分析

第六节 中国网络音频行业平均价格走势预测

一、中国网络音频行业价格影响因素

二、中国网络音频行业平均价格走势预测

三、中国网络音频行业平均价格增速预测

第八章 2016-2018年中国网络音频行业区域市场现状分析

第一节 中国网络音频行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地网络音频市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区网络音频市场规模分析

四、华东地区网络音频市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区网络音频市场规模分析

四、华中地区网络音频市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区网络音频市场规模分析

第九章 2016-2018年中国网络音频行业竞争情况

第一节 中国网络音频行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 中国网络音频行业SWOT分析

一、行业优势分析

二、行业劣势分析

三、行业机会分析

四、行业威胁分析

第三节 中国网络音频行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 网络音频行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第十一章 2019-2025年中国网络音频行业发展前景分析与预测

第一节 中国网络音频行业未来发展前景分析

一、网络音频行业国内投资环境分析

二、中国网络音频行业市场机会分析

三、中国网络音频行业投资增速预测

第二节 中国网络音频行业未来发展趋势预测

第三节 中国网络音频行业市场发展预测

一、中国网络音频行业市场规模预测

二、中国网络音频行业市场规模增速预测

三、中国网络音频行业产值规模预测

四、中国网络音频行业产值增速预测

五、中国网络音频行业供需情况预测

第四节 中国网络音频行业盈利走势预测

一、中国网络音频行业毛利润同比增速预测

二、中国网络音频行业利润总额同比增速预测

第十二章 2019-2025年中国网络音频行业投资风险与营销分析

第一节 网络音频行业投资风险分析

一、网络音频行业政策风险分析

二、网络音频行业技术风险分析

三、网络音频行业竞争风险分析

四、网络音频行业其他风险分析

第二节 网络音频行业企业经营发展分析及建议

一、网络音频行业经营模式

二、网络音频行业销售模式

三、网络音频行业创新方向

第三节 网络音频行业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第十三章 2019-2025年中国网络音频行业发展策略及投资建议

第一节 中国网络音频行业品牌战略分析

一、网络音频企业品牌的重要性

二、网络音频企业实施品牌战略的意义

三、网络音频企业品牌的现状分析

四、网络音频企业的品牌战略

五、网络音频品牌战略管理的策略

第二节 中国网络音频行业市场重点客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、对重点客户的营销策略

四、强化重点客户的管理

五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国网络音频行业战略综合规划分析

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第十四章 2019-2025年中国网络音频行业发展策略及投资建议

第一节 中国网络音频行业产品策略分析

一、服务产品开发策略

二、市场细分策略

三、目标市场的选择

第二节 中国网络音频行业定价策略分析

第三节 中国网络音频行业营销渠道策略

一、网络音频行业渠道选择策略

二、网络音频行业营销策略

第四节 中国网络音频行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国网络音频行业重点投资区域分析

二、中国网络音频行业重点投资产品分析

图表详见正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/375210375210.html>