

2021年中国有声书市场分析报告- 市场规模现状与发展规划趋势

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《2021年中国有声书市场分析报告-市场规模现状与发展规划趋势》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/wentibangong/536992536992.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

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

有声书，即有声读物，是一种以文字诵读为核心的出版物。2019年中国有声书市场规模达63.6亿元，较2018年增加了17.3亿元，同比增长37.4%，2020年受新冠肺炎疫情的影响，中国有声书市场快速增长，预计2020年中国有声书市场规模将达到94.7亿元。

2016年-2020年我国有声书市场规模及增长率

数据来源：公开资料整理

随着互联网技术的不断演进和发展，“听书”作为一种已产生多年的阅读方式，正以“黑马”的姿态逐渐繁盛于当代，成为人们阅读行为的主角。2019年中国有声书用户规模达4.78亿人，较2018年增加了0.93亿人，同比增长24.2%，预计2020年中国有声书用户规模将达到5.69亿人，中国有声书行业尚未接近成熟期，处于持续增长阶段。

2016年-2020年我国有声书用户规模

数据来源：公开资料整理

一、供应商的议价能力

供应商议价能力是指供应商讨价还价的行为和程度,他们可能通过提价或降低所购产品或服务,以此向某个产业中的企业施加压力。有声书行业的供应商是指内容制作者以及版权方，其中版权方的议价能力较强，内容制作者中的大咖议价能力较强，普通制作者的议价能力就较弱了。

二、购买者的议价能力

有声书行业的最终消费者就是有声书的听众，据数据显示，20.1%的用户不愿意对有声书进行付费，他们希望能够免费听书；付费金额在10-20元的用户将近四成。由此可见，用户通常会有选择性的去听免费或付费较低的内容，议价能力较强。后续内容质量可能成为用户付费的关键激发因素。

2020年我国有声书用户月均付费金额调研

数据来源：公开资料整理

三、新进入者的威胁

有声书行业中本质是基于IP的内容产业和基于音频播讲者的人才产业的有机结合，二者与听众发生关联，并通过技术上的个性化推送，提高核心竞争力。近年来，通过融资、并

购、购买版权和签订战略合作协议等方式，各大资本纷纷针对IP内容和有声书平台，布局市场。

有声书行业融资、并购、购买版权、签订战略合作协议事件

时间

新进入者事件

2014.09

懒人听书成为阅文集团子公司，获得85%的网络文学有声改编权。

2020.03.18

阅文联合TME发布长音频战略,并推出长音频新产品“酷我畅听”，此前，阅文授权IME把阅文平台上的文学作品制作作为长音频有声读物。

2020.06.06

2020年6月6日,字节跳动将今日头条小说频道升级为“番茄小说”,并上线“番茄畅听”,将番茄小说中的海量小说录制成有声书

2020.07

2020年7月，字节跳动投资塔读文学,持股18.9%;此外也投资了吾里文化、秀闻科技、鼎甜文化、九库文学等网文平台;11月5日，字节跳动以11亿元入股掌阅科技

2020.07.14

中文在线与字节跳动签订《框架合作协议》，双方将围绕音频作品授权使用,主播生态联合打造,音频内容共建,数字版权授权番茄小说等平台使用,知名IP作品授权番茄小说、西瓜视频等平台使用开展长期合作。此外，中文在线与咪咕文化、号百控股、快手、蜻蜓FM也签订了合作框架协议 数据来源：公开资料整理

四、替代品的威胁

1)纸质书。随着移动互联网的发展，移动设备得到普及，纸质书已不再是大多数用户的选择，对有声书的替代性不大。

2)电子书。据数据显示，在最优先选择的阅读媒介中，电子书以其便利性高居首位，占比41.8%，有声书紧追其后，达到32.3%。但有声书有其独特的能通过听觉阅读的特点，比电子书有更广泛的阅读地点，替代性也一般。

2020年中国有声书用户阅读首选媒介调研

数据来源：公开资料整理

五、同业竞争者的竞争程度

随着多方资本加入有声书行业，现阶段已形成基本竞争格局，总体来看，优势较明显的是综合音频平台。喜马拉雅、蜻蜓FM及荔枝这类综合平台总体的平均月活用户量高于懒人听书、酷我听书这类垂直平台，侧面反应了综合平台利用多样资源吸引用户群的能力，而垂直平台在这方面则稍显逊色。在综合类平台中，玩家梯队分化明显，其中喜马拉雅拥有市场上70%畅销书的有声版权，85%网络文学的有声改编权，超6600本英文原版畅销有声书版权，领先优势明显，蜻蜓FM和荔枝则势均力敌。

我国有声书行业龙头平台

类型

名称

综合类

喜马拉雅

蜻蜓FM

荔枝

垂直类

懒人听书

酷我听书

数据来源：公开资料整理（TF）

中国报告网是观研天下集团旗下的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2021年中国有声书市场分析报告-市场规模现状与发展规划趋势》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。

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家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 2017-2020年中国有声书行业发展概述第一节 有声书行业发展情况概述一、有声书行业相关定义二、有声书行业基本情况介绍三、有声书行业发展特点分析四、有声书行业经营模式1、生产模式2、采购模式3、销售模式五、有声书行业需求主体分析第二节 中国有声书行业上下游产业链分析一、产业链模型原理介绍二、有声书行业产业链条分析三、产业链运行机制1、沟通协调机制2、风险分配机制3、竞争协调机制四、中国有声书行业产业链环节分析1、上游产业2、下游产业第三节 中国有声书行业生命周期分析一、有声书行业生命周期理论概述二、有声书行业所属的生命周期分析第四节 有声书行业经济指标分析一、有声书行业的赢利性分析二、有声书行业的经济周期分析三、有声书行业附加值的提升空间分析第五节 中国有声书行业进入壁垒分析一、有声书行业资金壁垒分析二、有声书行业技术壁垒分析三、有声书行业人才壁垒分析四、有声书行业品牌壁垒分析五、有声书行业其他壁垒分析

第二章 2017-2020年全球有声书行业市场发展现状分析第一节 全球有声书行业发展历程回顾第二节 全球有声书行业市场区域分布情况第三节 亚洲有声书行业地区市场分析一、亚洲有声书行业市场现状分析二、亚洲有声书行业市场规模与市场需求分析三、亚洲有声书行业市场前景分析第四节 北美有声书行业地区市场分析一、北美有声书行业市场现状分析二、北美有声书行业市场规模与市场需求分析三、北美有声书行业市场前景分析第五节 欧洲有声书行业地区市场分析一、欧洲有声书行业市场现状分析二、欧洲有声书行业市场规模与市场需求分析三、欧洲有声书行业市场前景分析第六节 2021-2026年世界有声书行业分布走势预测第七节 2021-2026年全球有声书行业市场规模预测

第三章 中国有声书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、全社会消费品有声书总额五、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 中国有声书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 中国有声书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 中国有声书行业运行情况第一节 中国有声书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 中国有声书行业市场规模分析第三节 中国有声书行业供应情况分析第四节 中国有声书行业需求情况分析第五节 中国有声书行业细分市场分析一、细分市场一二、细分市场二三、其它细分市场第六节 中国有声书行业供需平衡分析第七节 中国有声书行业发展趋势分析

第五章 中国有声书所属行业运行数据监测第一节 中国有声书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 中国有声书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 中国有声书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 2017-2020年中国有声书市场格局分析第一节 中国有声书行业竞争现状分析一、中国有声书行业竞争情况分析二、中国有声书行业主要品牌分析第二节 中国有声书行业集中度分析一、中国有声书行业市场集中度影响因素分析二、中国有声书行业市场集中度分析第三节 中国有声书行业存在的问题第四节 中国有声书行业解决问题的策略分析第五节 中国有声书行业钻石模型分析一、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 2017-2020年中国有声书行业需求特点与动态分析第一节 中国有声书行业消费市场动态情况第二节 中国有声书行业消费市场特点分析一、需求偏好二、价格偏好三、品牌偏好四、其他偏好第三节 有声书行业成本结构分析第四节 有声书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 中国有声书行业价格现状分析第六节 中国有声书行业平均价格走势预测一、中国有声书行业价格影响因素二、中国有声书行业平均价格走势预测三、中国有声书行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国有声书行业区域市场现状分析第一节 中国有声书行业区域市场规模分布第二节 中国华东地区有声书市场分析一、华东地区概述二、华东地区经济环境分析三、华东地区有声书市场规模分析四、华东地区有声书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、华中地区有声书市场规模分析四、华中地区有声书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、华南地区有声书市场规模分析四、华南地区有声书市场规模预测

第九章 2017-2020年中国有声书行业竞争情况第一节 中国有声书行业竞争结构分析（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 中国有声书行业SCP分析一、理论介绍二、SCP范式三、SCP分析框架第三节 中国有声书行业竞争环境分析（PEST）一、政策环境二、经济环境三、社会环境四、技术环境

第十章 有声书行业企业分析（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、运营情况四、公司优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国有声书行业发展前景分析与预测第一节 中国有声书行业未来发

展前景分析一、有声书行业国内投资环境分析二、中国有声书行业市场机会分析三、中国有声书行业投资增速预测第二节 中国有声书行业未来发展趋势预测第三节 中国有声书行业市场发展预测一、中国有声书行业市场规模预测二、中国有声书行业市场规模增速预测三、中国有声书行业产值规模预测四、中国有声书行业产值增速预测五、中国有声书行业供需情况预测第四节 中国有声书行业盈利走势预测一、中国有声书行业毛利润同比增速预测二、中国有声书行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国有声书行业投资风险与营销分析第一节 有声书行业投资风险分析一、有声书行业政策风险分析二、有声书行业技术风险分析三、有声书行业竞争风险分析四、有声书行业其他风险分析第二节 有声书行业应对策略一、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 2021-2026年中国有声书行业发展战略及规划建议第一节 中国有声书行业品牌战略分析一、有声书企业品牌的重要性二、有声书企业实施品牌战略的意义三、有声书企业品牌的现状分析四、有声书企业的品牌战略五、有声书品牌战略管理的策略第二节 中国有声书行业市场的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 中国有声书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、竞争战略规划第四节 有声书行业竞争力提升策略一、有声书行业产品差异性策略二、有声书行业个性化服务策略三、有声书行业的促销宣传策略四、有声书行业信息智能化策略五、有声书行业品牌化建设策略六、有声书行业专业化治理策略

第十四章 2021-2026年中国有声书行业发展策略及投资建议第一节 中国有声书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 中国有声书行业营销渠道策略一、有声书行业渠道选择策略二、有声书行业营销策略第三节 中国有声书行业价格策略第四节 观研天下行业分析师投资建议一、中国有声书行业重点投资区域分析二、中国有声书行业重点投资产品分析

图表详见正文

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/wentibangong/536992536992.html>