

2021年中国在线音频市场分析报告- 产业规模现状与发展机会预测

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年中国在线音频市场分析报告-产业规模现状与发展机会预测》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/wangluomeiti/553347553347.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

当前我国在线音频行业处于高速发展期，在线用户规模保持持续增长趋势。据统计，近年来我国在线音频行业用户规模增长速度每年都在10%以上。预计2021年，我国在线音频用户规模将达到6.4亿人。

2017-2021年我国在线音频用户规模数据来源：观研天下整理

一、政策环境（P）

我国网络环境发展日新月异，进步飞速，5G、人工智能、物联网等等每一个高新网络行业都在高速发展。倚靠这个背景，我国在线音频行业正蓬勃发展。在线音频行业的高速发展，离不开我国一直以来对行业的政策扶持和严格的市场监管。我国从2008年开始就对在线音频环境进行严格的监管，在近年行业的高速发展下，对在线音频行业的总体环境监管力度更大，更细化。

2008年国务院发布《信息网络传播权保护条例》，规定了合理使用、法定许可、避风港原则、版权管理技术等一系列内容，区分了著作权人、图书馆、网络服务商、读者各自可以享受的权益，网络传播和使用都有法可依，形成一个相互依存、相互作用、相互影响的“对立统一”格局。做好了法律准备。此后的几年里，我国政府不断发布监管规定，保护用户合法权益。

2019年国家互联网信息办公室、文化和旅游部、国家广播电视总局联合发布《网络音视频信息服务管理规定》明确网络音视频信息服务提供者应当依法取得法律、行政法规规定的相关资质。在保护用户个人信息的同时，对行业准入资格进行严格监管，打击行业乱象，促进在线音频行业的良好发展。

2021年广电总局发布《关于发布视音频内容分发数字版权管理标准体系的通知》，为发挥标准在数字版权管理建设中的引领和规范作用，推动广播电视和网络视听行业高质量创新性发展，国家广播电视总局组织研究建立了视音频内容分发数字版权管理标准体系。重视在线音频行业的数字版权意识，支持行业创新，促进行业高质量创新性发展。

我国在线音频行业相关政策

时间

发布主体

政策

内容

2008年

国务院

《信息网络传播权保护条例》

规定合理使用、法定许可、避风港原则、版权管理技术等一系列内容，区分了著作权人、图书馆、网络服务商、读者各自可以享受的权益，网络传播和使用都有法可依，形成一个相互

依存、相互作用、相互影响的“对立统一”关系，实现利益平衡，为产业加速发展做好了法律准备。

2010年

国务院

《国务院办公厅关于加强广播电视传输网络建设管理的通知》

广播电视传输网络的管理，应严格实行政企分开，成立企业化的广播电视传输公司，接受信息产业主管部门的统筹规划和行业管理，广播电影电视主管部门不得进行行政干预。

2011年

中国版权保护中心

《网络视频音频版权监测及调查取证服务规则》

明确规定了“网络视频音频版权监测及调查取证服务平台”的委托和受理、监测及调查取证、档案管理等方面的具体工作流程。

2015年

国务院

《国务院办公厅关于加快高速宽带网络建设推进网络提速降费的指导意见》

党中央、国务院高度重视我国宽带发展水平，要求加快推进宽带网络基础设施建设，进一步提速降费，提升服务水平。

2015年

政策法规司

《互联网视听节目服务管理规定》

互联网视听节目服务单位及其相关网络运营单位，是重要的网络文化建设力量，承担建设中国特色网络文化和维护网络文化信息安全的责任，应自觉遵守宪法、法律和行政法规，接受互联网视听节目服务行业主管部门和互联网行业主管部门的管理。

2016年

国家互联网信息办公室

《互联网直播服务管理规定》

提供互联网直播服务，应当遵守法律法规，坚持正确导向，大力弘扬社会主义核心价值观，培育积极健康、向上向善的网络文化，维护良好网络生态，维护国家利益和公共利益，为广大网民特别是青少年成长营造风清气正的网络空间。

2017年

国家互联网信息办公室

《互联网群组信息服务管理规定》

互联网群组信息服务提供者应当按照“后台实名、前台自愿”的原则，对互联网群组信息服务使用者进行真实身份信息认证，用户不提供真实身份信息的，不得为其提供信息发布服务。

2019年

国家互联网信息办公室、文化和旅游部、国家广播电视总局

《网络音视频信息服务管理规定》

明确网络音视频信息服务提供者应当依法取得法律、行政法规规定的相关资质；应当建立健全用户注册、信息发布审核、信息安全管理等制度。任何组织和个人不得利用网络音视频信息服务以及相关信息技术从事法律法规禁止的活动，侵害他人合法权益。

2021年

国家广电总局

《关于发布视音频内容分发数字版权管理标准体系的通知》

为发挥标准在数字版权管理建设中的引领和规范作用，推动广播电视和网络视听行业高质量创新性发展，国家广播电视总局组织研究建立了视音频内容分发数字版权管理标准体系

2021年

国家互联网信息办公室、工信部、公安部、市场监管总局

《常见类型移动互联网应用程序必要个人信息范围规定》

规定在线影音类，基本功能服务为“影视、音乐搜索和播放”，无须个人信息，即可使用基本功能服务。资料来源：观研天下整理

二、经济环境（E）

近年在线音频行业的迅速发展，受到了资本市场的关注，资本的加入使得各大在线音频平台有更加坚实的资金支持来发展自身业务。2020年，荔枝正式成为中国在线音频市场中第一家上市的公司。随着音频业务的深入发展，目前整个网络音频行业也迈入上市前资本集中操作阶段。2018年喜马拉雅融资4.6亿美元；2019年懒人听书融资一亿美元；2020年蜻蜓FM战略投资获融资亿元以上。资本注入在线音频平台，为平台发展多样化业务提供了基础，使获资平台不断提升业务质量，更为在线音频行业市场注入了持续高速发展的活力。

2018-2020年中国主要网络音频平台融资概况

音频平台

最近一次融资时间

最近一次融资金额

融资轮次

估值

蜻蜓FM

2020.3

亿元及以上

战略投资

60亿元

荔枝

2020.1

4510万美元

IPO上市

5.2亿美元

懒人听书

2019.8

1亿元

D轮

20亿元

喜马拉雅

2018.8

4.6亿美元

E轮

34亿美元数据来源：观研天下整理

从网络音频用户的付费金额分布来看，用户年平均花费为202.3元，付费金额较高。网络音频平台通过近年来大规模的融资，提升了自身实力，对优质内容的不断生产，提供给用户越来越多样的内容收听选择，用户在付费习惯持续培养的同时也更愿意为优质内容进行买单。更多优质的音频节目的出现使得用户付费水到渠成，推动了在线音频行业持续性发展。

2019年中国网络音频用户内容付费金额分布数据来源：观研天下整理

三、社会环境（S）

中国的在线音频行业发展历史不长，1997年有公司开始探索，2000年以后，随着互联网技术的逐步成熟，iPod和MP3的出现使得“播客”呈现出阶段性增长。之后，随着移动互联网的发展，在线音频平台出现，人们可以在线实时收听节目，不必要再下载和导入到播放器。随着行业的发展，平台开始分化转型。与此同时，播放设备也从手机和电脑扩展到各类智能播放设备。

我国在线音频行业发展历程数据来源：观研天下整理

据相关数据显示，95年及95以后出生的人群拥有更强的在线音频支付意愿、他们更注重个性与体验，拥有多样化的需求，不满足于传统的收听及知识性内容。而在线音频内容较为丰富，互动性较强，因此可以满足这部分人群的需求。同时，音频使用场景的多样化和差异化也能满足这部分年轻人的多样化需求，使在线音频行业得以持续发展。

而这部分人对在线音频付费购买的原因主要是对于特定节目的喜爱，此外，热门节目打折和对某主播的追捧同样为主导用户消费行为的原因之一。

2021年上半年我国用户购买在线音频原因数据来源：观研天下整理

四、技术环境（T）

随着5G及物联网的不断发展，智能技术的发展音频服务模式为行业带来了很大的发展空间。伴随着新技术应用于各终端，在线音频的交互性进一步增强，语音识别能力进一步提

高，整个音频内容的推送也会更加智能。

在线音频行业技术层面发展趋势

全场景生态深化

5G及物联网的不断发展，将带给整个音频行业新的发展契机。通过技术的持续升级使得不同设备之间的协同作用和联动效应得到提升，全面拓展和丰富音频内容搭载场景。

服务模式智能化

智能技术的发展音频服务模式带来了很大的发展空间。伴随着新技术应用于各终端，音频交互性进一步增强，语音识别能力进一步提高，整个音频内容的推送也会更加智能。

产品体验升级化

音频产品设计更加契合用户需求，产品功能种类也更加多样。依托技术加持打造音频内容生态的可持续循环，从内容生产、内容分发、内容呈现等体验都更加优质，增加变现机会。

资料来源：观研天下整理（LM）

观研报告网发布的《2021年中国在线音频市场分析报告-产业规模现状与发展机会预测》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。

行业报告是业内企业、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。

【目录大纲】

第一章 2017-2021年中国在线音频行业发展概述

第一节 在线音频行业发展情况概述

- 一、在线音频行业相关定义
- 二、在线音频行业基本情况介绍
- 三、在线音频行业发展特点分析
- 四、在线音频行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售模式
- 五、在线音频行业需求主体分析

第二节 中国在线音频行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、在线音频行业产业链条分析
- 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、中国在线音频行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国在线音频行业生命周期分析

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

第四节 在线音频行业经济指标分析

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

第五节 中国在线音频行业进入壁垒分析

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

第二章 2017-2021年全球在线音频行业市场发展现状分析

第一节 全球在线音频行业发展历程回顾

第二节 全球在线音频行业市场区域分布情况

第三节 亚洲在线音频行业地区市场分析

一、亚洲在线音频行业市场现状分析

二、亚洲在线音频行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲在线音频行业市场前景分析

第四节 北美在线音频行业地区市场分析

一、北美在线音频行业市场现状分析

二、北美在线音频行业市场规模与市场需求分析

三、北美在线音频行业市场前景分析

第五节 欧洲在线音频行业地区市场分析

一、欧洲在线音频行业市场现状分析

二、欧洲在线音频行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲在线音频行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界在线音频行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球在线音频行业市场规模预测

第三章 中国在线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、全社会消费品零售总额

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 中国在线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 中国在线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 中国在线音频行业运行情况

第一节 中国在线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

1、行业技术发展现状

2、行业技术专利情况

3、技术发展趋势分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国在线音频行业市场规模分析

第三节 中国在线音频行业供应情况分析

第四节 中国在线音频行业需求情况分析

第五节 我国在线音频行业细分市场分析

1、细分市场一

2、细分市场二

3、其它细分市场

第六节 中国在线音频行业供需平衡分析

第七节 中国在线音频行业发展趋势分析

第五章 中国在线音频所属行业运行数据监测

第一节 中国在线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 中国在线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 中国在线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 2017-2021年中国在线音频市场格局分析

第一节 中国在线音频行业竞争现状分析

一、中国在线音频行业竞争情况分析

二、中国在线音频行业主要品牌分析

第二节 中国在线音频行业集中度分析

一、中国在线音频行业市场集中度影响因素分析

二、中国在线音频行业市场集中度分析

第三节 中国在线音频行业存在的问题

第四节 中国在线音频行业解决问题的策略分析

第五节 中国在线音频行业钻石模型分析

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 2017-2021年中国在线音频行业需求特点与动态分析

第一节 中国在线音频行业消费市场动态情况

第二节 中国在线音频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 在线音频行业成本结构分析

第四节 在线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 中国在线音频行业价格现状分析

第六节 中国在线音频行业平均价格走势预测

一、中国在线音频行业价格影响因素

二、中国在线音频行业平均价格走势预测

三、中国在线音频行业平均价格增速预测

第八章 2017-2021年中国在线音频行业区域市场现状分析

第一节 中国在线音频行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区在线音频市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区在线音频市场规模分析

四、华东地区在线音频市场规模预测

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、华中地区在线音频市场规模分析

四、华中地区在线音频市场规模预测

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、华南地区在线音频市场规模分析

四、华南地区在线音频市场规模预测

第九章 2017-2021年中国在线音频行业竞争情况

第一节 中国在线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 中国在线音频行业SCP分析

一、理论介绍

二、SCP范式

三、SCP分析框架

第三节 中国在线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 在线音频行业企业分析（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

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年中国在线音频行业发展前景分析与预测

第一节 中国在线音频行业未来发展前景分析

一、在线音频行业国内投资环境分析

二、中国在线音频行业市场机会分析

三、中国在线音频行业投资增速预测

第二节 中国在线音频行业未来发展趋势预测

第三节 中国在线音频行业市场发展预测

一、中国在线音频行业市场规模预测

二、中国在线音频行业市场规模增速预测

三、中国在线音频行业产值规模预测

四、中国在线音频行业产值增速预测

五、中国在线音频行业供需情况预测

第四节 中国在线音频行业盈利走势预测

一、中国在线音频行业毛利润同比增速预测

二、中国在线音频行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国在线音频行业投资风险与营销分析

第一节 在线音频行业投资风险分析

一、在线音频行业政策风险分析

二、在线音频行业技术风险分析

三、在线音频行业竞争风险

四、在线音频行业其他风险分析

第二节 在线音频行业应对策略

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 2021-2026年中国在线音频行业发展战略及规划建议

第一节 中国在线音频行业品牌战略分析

一、在线音频企业品牌的重要性

二、在线音频企业实施品牌战略的意义

三、在线音频企业品牌的现状分析

四、在线音频企业的品牌战略

五、在线音频品牌战略管理的策略

第二节 中国在线音频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 中国在线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 2021-2026年中国在线音频行业发展策略及投资建议

第一节 中国在线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 中国在线音频行业营销渠道策略

一、在线音频行业渠道选择策略

二、在线音频行业营销策略

第三节 中国在线音频行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国在线音频行业重点投资区域分析

二、中国在线音频行业重点投资产品分析

图表详见报告正文

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/wangluomeiti/553347553347.html>