

2020年中国移动阅读市场调研报告- 行业调查与发展前景预测

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《2020年中国移动阅读市场调研报告-行业调查与发展前景预测》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/hulianwang/518872518872.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

移动阅读的定义包括广义与狭义，其中广义的移动阅读是指使通过移动终端进行的所有阅读行为；狭义的移动阅读是指用移动终端进行定向阅读的行为。我国移动阅读大致经历了四个阶段，分别是2003年到2005年的探索期；从2006年到2010年的市场启动期；从2011年到2018年的高速发展期；从2019年至今处于应用成熟期。

中国移动阅读发展阶段

发展阶段

发展时间

发展特点

探索期

2003-2005年

中国移动阅读WAP网站出现，移动梦网看小说。手机报诞生、免费WAP网站蓬勃发展，引爆用户快速增长。盗版侵权、内容低俗等问题严重冲击市场，部分厂商退市。

市场启动期

2006-2010年

市场涌入大量阅读客户端，商业模式初步形成；中国电子书市场不断膨胀，用户快速增长
高速发展期

2011-2018年

版权制度逐渐完善，探索成熟的商业模式，启动IPO。智能终端快速普及，压缩了电子阅读器的销量，涌现大量阅读APP，三大电信运营商完成阅读产品布局。百度、阅文、阿里、掌阅相继成立文学集团，重点发力移动阅读，打造泛娱乐产业链，探索多元化商业模式。

应用成熟期

2019年至今

市场格局稳定开始探索新产品。行业实现盈利，市场格局稳定，进入稳定发展成熟阶段。

数据来源：公开资料整理

目前在中国移动阅读的市场上，有付费阅读、出版图书、平台广告收入、硬件销售、出版发行、用户打赏等盈利模式，而行业内最主要的商业模式是付费阅读模式。

中国移动阅读行业的商业模式

商业模式

具体内容

付费阅读

最主要收入来源，付费方式有按篇、按本、包月，包年等。各大平台通过为用户提供精品化

、多样化、个性化的内容和服务，提升用户的付费阅读意愿。

广告收入

广告主在阅读平台投放广告所支付的广告费用。一般来说，流量大的平台广告收入会更多。

硬件销售

一些数字阅读企业开始出售专业的阅读硬件，不断为用户提供更好的阅读体验，从而提升用户对于阅读平台的忠诚度。

图书出版发行

传统的出版社出版作者的作品，作者和出版社合作，或者网络文学网站与出版社合作，网站、作者、出版社，三位一体的营销模式。阅读平台拥有大量的版权资源，通过整合出版读物及网络小说进行纸质出版发售，获取一定收入。

用户打赏

用户通过对具体作品或者作者等进行打赏，来表现自己喜好的一种方式。使用打赏方式的用户通常黏性较高。

版权增值

第二大收入来源。除了出售电子版权之外，各平台致力打造文学IP为核心，游戏、影视、文学、动漫相互联动的IP运营方式，深入挖掘IP价值。数据来源：公开资料整理

近两年，我国数字化阅读接触率稳步提升，其中移动阅读已经成为中国数字化阅读中接触率最高的阅读方式。在2019年，中国手机阅读接触率达到76.1%，较上年增加2.4个百分点；电子阅读器阅读和平板电脑阅读接触率分别为24.8%、21.3%，分别较上年增加4%、0.5个百分点。

2016-2019年中国国民数字化阅读方式接触率

数据来源：公开资料整理

随着接触率的升高，我国移动阅读行业市场规模持续扩大，从2017年的66.7亿元左右增长至2019年的80.7亿元，复合年增长率为6.56%；预计到2020年，中国移动阅读行业市场规模将达到100.5亿元左右，到2022年将达到138.3亿元左右。

2017-2022年中国移动阅读行业市场规模及预测

数据来源：公开资料整理

从用户规模上来看，2020年我国移动阅读APP在装用户规模有小幅上升，2019年下半年APP月均在装用户规模约为5.83亿，到2020年1-7月月均在装用户规模达到6.07亿左右。因为疫情影响，2020年1-3月我国移动阅读用户规模出现小幅增长，最高达到6.3亿人左右，月活用户达到3.4亿人；疫情常态化后逐渐回落，到7月份，我国移动阅读APP在装用户规模达到5.9亿人，月活用户达到3.1亿人。

2019-2020年7月中国移动阅读行业用户规模

数据来源：公开资料整理

2020年2季度中国移动阅读行业数字用户在5000W以上的企业共4家，其中掌阅超越阅

文集团成为第一名，二季度用户规模环比增长3.98%；阅文集团在第二季度用户规模环比增长1.7%，用户规模在7900万上下；然后是咪咕数媒和七猫文化传媒。

2020年2季度中国移动阅读行业数字用户排行榜TOP12

序号

企业名称

主要APP

用户规模

1

掌阅

掌阅

5000万以上

2

阅文集团

QQ阅读

3

咪咕数媒

咪咕阅读

4

七猫文化传媒

七猫免费小说

5

今日头条·阅读无限

番茄免费小说

2000万-5000万

6

宜搜科技·宜搜小说

宜搜小说

7

趣头条·掌端科技

米读小说

8

逐尚文学

连尚免费读书

9

阿里文学

书旗小说

10

触宝

疯读小说

11

元聚网络·追书神器

追书神器免费版

12

纵横文学

纵横文学数据来源：公开资料整理

从使用时长来看，2019年下半年，我国移动阅读行业APP用户月均使用时长在15.6小时左右，2020年1-7月APP用户月均使用时长在16小时左右；在2020年3月之后，我国移动阅读APP用户月均使用时长逐渐下降，7月份降为14.5小时，环比下降2.68%。

2019-2020年7月中国移动阅读行业APP用户月均使用时长及环比增长

数据来源：公开资料整理

在我国移动阅读行业头部企业中，腾讯系APP使用时长拔得头筹，在2020年1-7月月均使用时长突破250小时，最高使用时长在3月份，达到269.8小时，而后逐渐减少，APP使用时长到7月份降至225.1小时；百度系APP使用时长波动最小，且在3月后不降反增，到7月份逆势增长到132.8小时。

2020年1-7月中国移动阅读头部企业使用时长

数据来源：公开资料整理

在2020年2季度，我国移动阅读市场应用活跃用户人均启动次数最高的是掌阅APP，达到395.34次，人均使用时长为63.38小时；其次是QQ阅读APP，人均启动次数305次，人均使用时长最长，达到75.51小时；排名第三的是宜搜小说APP，人均启动次数为256.63次，人均使用时长为67.71小时。

2020年2季度中国移动阅读应用活跃用户人均行为排行榜TOP10

序号

APP

人均启动次数（次）

人均使用时长（小时）

1

掌阅

395.34

63.38

2

QQ阅读

305

75.51

3

宜搜小说

256.63

67.71

4

书旗小说

211.32

45.29

5

咪咕阅读

113.16

23.46

6

七猫免费小说

107.75

35.77

7

米读小说

100.86

14.95

8

米读极速版

93.95

19.89

9

番茄免费小说

60.59

10.43

10

追书神器免费版

57.09

12.61数据来源：公开资料整理

从投、融资情况来看，这两年互联网巨头开始加速布局移动阅读领域，百度分别在2019年7月、2020年3月对七猫小说和掌阅进行了战略融资；字节跳动也在2019年12月对番茄小说进行了A轮融资、在2020年七月接受了塔读文学的股权受让。

2019-2020年终归移动阅读行业投融资事件

时间

公司

轮次

投资方

投资金额

2019/1/1

宜搜小说

股权融资

复朴投资

未披露

2019/7/31

七猫小说

战略融资

百度

未披露

2019/10/17

米读小说

B轮

趣头条

CMC领投

2019/12/9

番茄小说

A轮

字节跳动

未披露

2020/3/18

掌阅

战略融资

百度

7亿人民币

2020/3/18

快点

C++轮

未披露

数千万美元

2020/7/20

塔读文学

股权转让

字节跳动

未披露

2020/7/28

搜狗阅读

并购

腾讯

未披露

2020/8/25

新浪阅读

天使轮

华府智慧

4000万人民币 数据来源：公开资料整理

为推动行业的持续发展，政府相继发布移动阅读相关政策，2017年国家立法推动全民阅读，发布《全民阅读“十三五”时期发展规划》，将“推动全民阅读”纳入国家规划纲要，全民阅读工程被列为“十三五”时期文化重大工程之一；指出要加强对数字化阅读的规范和引导，推动传统阅读和数字阅读相融合。

中国移动阅读行业相关政策

时间

政策

主要内容

2006年4月

《关于开展全民阅读活动的倡议书》

首次倡导全民阅读；

2011年4月

《新闻出版业“十二五”时期发展规划》

全民阅读工程被列入《新闻出版业“十二五”时期发展规划》和原新闻出版总署的重点工程；

2011年10月

《中共中央关于深化文化体制改革、推动社会主义文化大发展大繁荣若干重大问题的决定》中央文件中首次出现“深入开展全民阅读活动”的提法;

2011年12月

《十八大报告》

“开展全民阅读活动”被写入党的十八大报告;

2013-2017年

《政府工作报告》

2013-2016年连续四年提出“倡导全民阅读活动”，并在2017年首次提出“大力推动全民阅读”;

2017年1月

《全民阅读“十三五”时期发展规划》

将“推动全民阅读”纳入国家规划纲要，全民阅读工程被列为“十三五”时期文化重大工程之一;指出要加强对数字化阅读的规范和引导，推动传统阅读和数字阅读相融合;

2017年6月

《全民阅读促进条例》

立法推动全民阅读。数据来源：公开资料整理（LJ）

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。《2020年中国移动阅读市场调研报告-行业调查与发展前景预测》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。

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。

【报告大纲】

第一章 2017-2020年中国移动阅读行业发展概述

第一节 移动阅读行业发展情况概述

一、移动阅读行业相关定义

二、移动阅读行业基本情况介绍

三、移动阅读行业发展特点分析

第二节 中国移动阅读行业上下游产业链分析

一、产业链模型原理介绍

二、移动阅读行业产业链条分析

三、中国移动阅读行业上游环节分析

四、中国移动阅读行业下游环节分析

第三节 中国移动阅读行业生命周期分析

一、移动阅读行业生命周期理论概述

二、移动阅读行业所属的生命周期分析

第四节 移动阅读行业经济指标分析

一、移动阅读行业的赢利性分析

二、移动阅读行业的经济周期分析

三、移动阅读行业附加值的提升空间分析

第五节 中国移动阅读行业进入壁垒分析

一、移动阅读行业资金壁垒分析

二、移动阅读行业技术壁垒分析

三、移动阅读行业人才壁垒分析

四、移动阅读行业品牌壁垒分析

五、移动阅读行业其他壁垒分析

第二章 2017-2020年全球移动阅读行业市场发展现状分析

第一节 全球移动阅读行业发展历程回顾

第二节 全球移动阅读行业市场区域分布情况

第三节 亚洲移动阅读行业地区市场分析

一、亚洲移动阅读行业市场现状分析

二、亚洲移动阅读行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲移动阅读行业市场前景分析

第四节 北美移动阅读行业地区市场分析

一、北美移动阅读行业市场现状分析

二、北美移动阅读行业市场规模与市场需求分析

三、北美移动阅读行业市场前景分析

第五节 欧盟移动阅读行业地区市场分析

一、欧盟移动阅读行业市场现状分析

二、欧盟移动阅读行业市场规模与市场需求分析

三、欧盟移动阅读行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界移动阅读行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球移动阅读行业市场规模预测

第三章 中国移动阅读产业发展环境分析

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、全社会消费品移动阅读总额

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 中国移动阅读行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国移动阅读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 中国移动阅读行业运行情况

第一节 中国移动阅读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

四、行业发展动态

第二节 中国移动阅读行业市场规模分析

第三节 中国移动阅读行业供应情况分析

第四节 中国移动阅读行业需求情况分析

第五节 中国移动阅读行业供需平衡分析

第六节 中国移动阅读行业发展趋势分析

第五章 中国移动阅读所属行业运行数据监测

第一节 中国移动阅读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 中国移动阅读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 中国移动阅读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年中国移动阅读市场格局分析

第一节 中国移动阅读行业竞争现状分析

一、中国移动阅读行业竞争情况分析

二、中国移动阅读行业主要品牌分析

第二节 中国移动阅读行业集中度分析

一、中国移动阅读行业市场集中度分析

二、中国移动阅读行业企业集中度分析

第三节 中国移动阅读行业存在的问题

第四节 中国移动阅读行业解决问题的策略分析

第五节 中国移动阅读行业竞争力分析

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

第六节 产业结构发展预测

一、产业结构调整指导政策分析

二、产业结构调整中消费者需求的引导因素

三、中国移动阅读行业参与国际竞争的战略市场定位

四、产业结构调整方向分析

第七章 2017-2020年中国移动阅读行业需求特点与动态分析

第一节 中国移动阅读行业消费者基本情况

第二节 中国移动阅读行业消费者属性及偏好调查

第三节 移动阅读行业成本分析

第四节 移动阅读行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、其他因素

第五节 中国移动阅读行业价格现状分析

第六节 中国移动阅读行业平均价格走势预测

一、中国移动阅读行业价格影响因素

二、中国移动阅读行业平均价格走势预测

三、中国移动阅读行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国移动阅读行业区域市场现状分析

第一节 中国移动阅读行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区移动阅读市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区移动阅读市场规模分析

四、华东地区移动阅读市场规模预测

第三节 华北地区市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区移动阅读市场规模分析

四、华北地区移动阅读市场规模预测

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、华南地区移动阅读市场规模分析

四、华南地区移动阅读市场规模预测

第九章 2017-2020年中国移动阅读行业竞争情况

第一节 中国移动阅读行业竞争结构分析（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 中国移动阅读行业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 中国移动阅读行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 移动阅读行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第六节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第七节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第八节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第九节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第十节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国移动阅读行业发展前景分析与预测

第一节 中国移动阅读行业未来发展前景分析

一、移动阅读行业国内投资环境分析

二、中国移动阅读行业市场机会分析

三、中国移动阅读行业投资增速预测

第二节 中国移动阅读行业未来发展趋势预测

第三节 中国移动阅读行业市场发展预测

一、中国移动阅读行业市场规模预测

二、中国移动阅读行业市场规模增速预测

三、中国移动阅读行业产值规模预测

四、中国移动阅读行业产值增速预测

五、中国移动阅读行业供需情况预测

第四节 中国移动阅读行业盈利走势预测

一、中国移动阅读行业毛利润同比增速预测

二、中国移动阅读行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国移动阅读行业投资机遇、风险与营销分析

第一节 移动阅读产业投资面临的机遇

一、政策机遇

二、技术创新机遇

三、市场机遇

四、其他机遇

第二节 移动阅读行业投资风险分析

一、移动阅读行业政策风险分析

二、移动阅读行业技术风险分析

三、移动阅读行业竞争风险

四、移动阅读行业其他风险分析

第三节 移动阅读行业企业经营发展分析及建议

- 一、移动阅读行业经营模式
- 二、移动阅读行业销售模式
- 三、移动阅读行业创新方向

第四节 移动阅读行业应对策略

- 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年中国移动阅读行业发展战略及规划建议

第一节 中国移动阅读行业品牌战略分析

- 一、移动阅读企业品牌的重要性
- 二、移动阅读企业实施品牌战略的意义
- 三、移动阅读企业品牌的现状分析
- 四、移动阅读企业的品牌战略
- 五、移动阅读品牌战略管理的策略

第二节 中国移动阅读行业市场的关键客户战略实施

- 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 中国移动阅读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年中国移动阅读行业发展策略及投资建议

第一节 中国移动阅读行业产品策略分析

- 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 中国移动阅读行业定价策略分析

第三节 中国移动阅读行业营销渠道策略

一、移动阅读行业渠道选择策略

二、移动阅读行业营销策略

第四节 中国移动阅读行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国移动阅读行业重点投资区域分析

二、中国移动阅读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/hulianwang/518872518872.html>