

# 中国网络音频行业发展深度分析与投资前景研究 报告（2024-2031年）

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《中国网络音频行业发展深度分析与投资前景研究报告（2024-2031年）》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://www.chinabaogao.com/baogao/202406/710604.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

### 一、行业相关概述

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，包括音频节目(播客)、有声书(广播剧)、音频直播以及网络电台等形式。

网络音频收听场景广泛，包括休闲生活、亲子陪伴、通勤驾驶、居家生活、陪伴入睡、旅游生活等场景。网络音频具有知识属性、娱乐属性与伴随属性，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。

资料来源：观研天下整理

### 二、行业步入全场景体验时代，多因素推动市场总量保持稳健较快增长

“耳朵经济”是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。当前以声音为载体的“耳朵经济”正在驶向发展快车道，其中以有声书、播客、广播剧为主的网络音频发展潜力不可小觑。根据最新发布的2023年全国广播电视行业统计公报显示，2023年年度新增互联网视频节目11291.87万小时，互联网音频节目7968.55万小时；而2022年这一数据分别为4328.69万小时、6005.60万小时。可见近两年网络音频行业表现着较大的热情和市场需求。

目前随着相关技术不断革新，我国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。近年来我国网络音频行业整体呈现上升趋势，市场总量保持稳健较快增长。数据显示，2023年我国网络音频市场规模达到250亿元，预计2024年这一规模将增至287亿元，到2028年将达到428亿元左右。

资料来源：观研天下整理

根据市场分析，网络音频行业整体呈现上升趋势，主要得益于以下几方面：

一是网民规模及网络视听用户数量的增长促进了行业发展。近年随着我国各类互联网应用的持续发展，网民规模扩张迅速。数据显示，截至2023年12月，我国网民规模达10.92亿人，较2022年12月新增网民2480万人，互联网普及率达77.5%。其中我国网络视听用户规模达1.074亿，网民使用率达98.3%，成为第一大互联网应用。

数据来源：观研天下整理

二是在于快节奏时代，网络音频作为伴随式的收听方式，更符合人们收视时间和场景的碎片化特征。根据相关调数据显示，音频伴听已经成为人们日常生活的一部分，在所有收听场景

中，49%倾向于睡前听音频内容，而如在做饭家务等杂项、运动健身、兴趣活动或吃饭时的收听占比达到29.56%。这些碎片化时间是音频的高频率使用场景，且在部分场景下不可被其他媒介形式取代。根据《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%。

三是随着移动端设备的广泛使用，近视问题和用眼问题愈发凸出，尤其是青少年用眼问题已经成为社会性问题，这也有助于网络音频市场的发展。根据《中国眼健康白皮书》据，2020年，我国近视人口6.6亿人，全国视力问题人口占比47.1%，近视情况严峻。同时，我国近视低龄化问题突出，根据国家卫健委调查数据，2020年全国儿童青少年总体近视率为52.7%，其中6岁儿童为14.3%、小学生为35.6%、初中生为71.1%、高中生为80.5%。

数据来源：观研天下整理

数据来源：观研天下整理

四是知识付费用户规模逐步扩大带动市场增长。知识付费一般指网络用户通过付费方式，购买相关市场主体所提供的知识信息的行为。目前我国知识付费产业步入高速发展期，以喜马拉雅FM、知乎、分答等为代表的新一批知识付费平台涌现，知识付费的体系逐渐正规化。近年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。自2016年以来，中国知识付费用户规模呈高速增长态势。数据显示，2021年我国知识付费用户规模超4.77亿，估计2023年这一规模将在5.7亿人左右。知识付费行业有望借着这一市场基础进入稳定的持续发展阶段。而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。目前已成为了网络音频行业规模增长的重要因素。近年我国知识付费用户人数的不断增多，我国知识付费市场规模也呈现逐年增长态势。数据显示，2022年我国知识付费市场规模达1126.5亿元，较2015年增长约70倍。预计到2025年我国知识付费市场规模将达2808.8亿元。

数据来源：观研天下整理

五是智能音箱、智能家居、智能汽车等智能终端设备的发展极大拓展了网络音频的线下场景，使得网络音频步入全场景时代。例如以智能音箱、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。

六是AI等技术的快速发展，也为音频内容生产效率和用户服务水平带来“质”的提高，也进一步驱动音频行业进入新的增长周期。目前已经有62%的创作者为了节约时间和提高效率而尝

试使用AI工具进行音频创作。其中一些创作者利用AI工具在提效提质方面的优势，提高了作品的质量、音效和沉浸式体验效果。根据平台数据，2023年AIGC专辑数量相较于2021年增长了8倍，播放量增长了353%，人均年收听AI专辑数超过6部。喜马拉雅平台已经利用AIGC创作了超过3.7万部有声书专辑，AIGC作品的每日播放时长已经超过250万小时。AIGC内容在2023年9月收听占比已接近5%，这一数据在去年12月为2.5%。但总体来看，用户对AIGC音频内容持中立态度，认为它方便了阅读和有声阅读，但还没有达到与真人相匹敌的水平。

三、广播剧是网络音频产品重要品类，目前已形成了不容小觑的利基市场

从细分市场来看，目前网络音频主要音频节目(播客)、有声书(广播剧)、音频直播以及网络电台等形式。其中广播剧是网络音频产品的重要品类。近年得益于互联网的快速发展，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，并形成了不容小觑的利基市场。目前在我国广播剧主要以耽美类型为主，其在2023年上半年占据40.6%。

数据来源：观研天下整理

四、盈利模式逐渐趋于成熟，行业整体勾勒出“平台+内容+主播+周边”的运作框架

从盈利模式来看，目前我国网络音频行业订阅付费、广告营销和直播打赏等盈利模式也逐渐趋于成熟，并且整体勾勒出“平台+内容+主播+周边”的运作框架。但值得注意的是，在行业发展进入平台期后，一方面传统的盈利模式增长乏力，亟需转型优化，另一方面各大音频平台也在开拓探索新的业务模式，试图打造新的产品线，发掘新的利润增长点。例如音频平台通过“声音+”链路延展服务边界，积极开拓智能硬件零售和车载场景为主的物联网业务。

资料来源：观研天下整理

五、市场集中度较高，喜马拉雅以73.5%的月活用户占据行业龙头位置

我国网络音频行业市场集中度较高。目前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。其中喜马拉雅是我国网络音频领军品牌，2022年以73.5%的月活用户占比稳居网络音频平台榜首。

数据来源：观研天下整理（WW）

注：上述信息仅供参考，图表均为样式展示，具体数据、坐标轴与数据标签详见报告正文。

个别图表由于行业特性可能会有出入，具体内容请联系客服确认，以报告正文为准。

更多图表和内容详见报告正文。

观研报告网发布的《中国网络音频行业发展深度分析与投资前景研究报告（2024-2031年）》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，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。

## 【目录大纲】

### 第一章 2019-2023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、网络音频特点分析

##### 三、网络音频行业基本情况介绍

##### 四、网络音频行业经营模式

##### 1、生产模式

##### 2、采购模式

##### 3、销售/服务模式

##### 五、网络音频行业需求主体分析

#### 第二节 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

#### 第三节 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

### 第二章 2019-2023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规模与区域分布情况

#### 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
- 第五节欧洲网络音频行业地区市场分析
  - 一、欧洲网络音频行业市场现状分析
  - 二、欧洲网络音频行业市场规模与市场需求分析
  - 三、欧洲网络音频行业市场前景分析
- 第六节 2024-2031年世界网络音频行业分布走势预测
- 第七节 2024-2031年全球网络音频行业市场规模预测

### 第三章 中国网络音频行业产业发展环境分析

- 第一节我国宏观经济环境分析
- 第二节我国宏观经济环境对网络音频行业的影响分析
- 第三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
  - 三、主要行业标准
- 第四节政策环境对网络音频行业的影响分析
- 第五节中国网络音频行业产业社会环境分析

### 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
  - 一、影响中国网络音频行业市场规模的因素
  - 二、中国网络音频行业市场规模
  - 三、中国网络音频行业市场规模解析
- 第三节中国网络音频行业供应情况分析
  - 一、中国网络音频行业供应规模

## 二、中国网络音频行业供应特点

### 第四节中国网络音频行业需求情况分析

#### 一、中国网络音频行业需求规模

#### 二、中国网络音频行业需求特点

### 第五节中国网络音频行业供需平衡分析

## 第五章 中国网络音频行业产业链和细分市场分析

### 第一节中国网络音频行业产业链综述

#### 一、产业链模型原理介绍

#### 二、产业链运行机制

#### 三、网络音频行业产业链图解

### 第二节中国网络音频行业产业链环节分析

#### 一、上游产业发展现状

#### 二、上游产业对网络音频行业的影响分析

#### 三、下游产业发展现状

#### 四、下游产业对网络音频行业的影响分析

### 第三节我国网络音频行业细分市场分析

#### 一、细分市场一

#### 二、细分市场二

## 第六章 2019-2023年中国网络音频行业市场竞争分析

### 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格局分析

#### 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影响因素分析

#### 二、中国网络音频行业市场集中度分析

### 第三节中国网络音频行业竞争特征分析

#### 一、企业区域分布特征

#### 二、企业规模分布特征

#### 三、企业所有制分布特征

## 第七章 2019-2023年中国网络音频行业模型分析

### 第一节中国网络音频行业竞争结构分析（波特五力模型）

#### 一、波特五力模型原理

二、供应商议价能力

三、购买者议价能力

四、新进入者威胁

五、替代品威胁

六、同业竞争程度

七、波特五力模型分析结论

第二节中国网络音频行业SWOT分析

一、SOWT模型概述

二、行业优势分析

三、行业劣势

四、行业机会

五、行业威胁

六、中国网络音频行业SWOT分析结论

第三节中国网络音频行业竞争环境分析（PEST）

一、PEST模型概述

二、政策因素

三、经济因素

四、社会因素

五、技术因素

六、PEST模型分析结论

第八章 2019-2023年中国网络音频行业需求特点与动态分析

第一节中国网络音频行业市场动态情况

第二节中国网络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

第三节网络音频行业成本结构分析

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、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、中国网络音频行业平均价格趋势分析
- 二、中国网络音频行业平均价格变动的影响因素

## 第九章 中国网络音频行业所属行业运行数据监测

### 第一节 中国网络音频行业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 中国网络音频行业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 中国网络音频行业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

## 第十章 2019-2023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析

- 一、影响网络音频行业区域市场分布的因素
- 二、中国网络音频行业区域市场分布

### 第二节 中国华东地区网络音频行业市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区网络音频行业市场分析
  - (1) 华东地区网络音频行业市场规模
  - (2) 华南地区网络音频行业市场现状
  - (3) 华东地区网络音频行业市场规模预测

### 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、华中地区网络音频行业市场分析
  - (1) 华中地区网络音频行业市场规模

(2) 华中地区网络音频行业市场现状

(3) 华中地区网络音频行业市场规模预测

#### 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、华南地区网络音频行业市场分析

(1) 华南地区网络音频行业市场规模

(2) 华南地区网络音频行业市场现状

(3) 华南地区网络音频行业市场规模预测

#### 第五节 华北地区网络音频行业市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区网络音频行业市场分析

(1) 华北地区网络音频行业市场规模

(2) 华北地区网络音频行业市场现状

(3) 华北地区网络音频行业市场规模预测

#### 第六节 东北地区市场分析

一、东北地区概述

二、东北地区经济环境分析

三、东北地区网络音频行业市场分析

(1) 东北地区网络音频行业市场规模

(2) 东北地区网络音频行业市场现状

(3) 东北地区网络音频行业市场规模预测

#### 第七节 西南地区市场分析

一、西南地区概述

二、西南地区经济环境分析

三、西南地区网络音频行业市场分析

(1) 西南地区网络音频行业市场规模

(2) 西南地区网络音频行业市场现状

(3) 西南地区网络音频行业市场规模预测

#### 第八节 西北地区市场分析

一、西北地区概述

二、西北地区经济环境分析

三、西北地区网络音频行业市场分析

(1) 西北地区网络音频行业市场规模

(2) 西北地区网络音频行业市场现状

(3) 西北地区网络音频行业市场规模预测

## 第十一章 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、公司优势分析

### 第六节企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

#### 第七节企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

#### 第八节企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

#### 第九节企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

#### 第十节企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

## 第十二章 2024-2031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规模发展预测

- 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

第十三章 2024-2031年中国网络音频行业进入壁垒与投资风险分析

第一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

第二节网络音频行业风险分析

一、网络音频行业宏观环境风险

二、网络音频行业技术风险

三、网络音频行业竞争风险

四、网络音频行业其他风险

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

第十四章 2024-2031年中国网络音频行业研究结论及投资建议

第一节观研天下中国网络音频行业研究综述

一、行业投资价值

二、行业风险评估

第二节中国网络音频行业进入策略分析

一、行业目标客户群体

二、细分市场选择

三、区域市场的选择

第三节网络音频行业营销策略分析

一、网络音频行业产品策略

二、网络音频行业定价策略

三、网络音频行业渠道策略

四、网络音频行业促销策略

第四节观研天下分析师投资建议

图表详见报告正文 . . . . .

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202406/710604.html>