

# 2016-2017中国移动 电台行业研究报告

2016-2017 China Mobile Radio Market  
Research Report

( 内部精简版 )



艾媒咨询集团  
iiMedia Research Group

iiMedia 艾媒咨询  
Research



# 研究方法

本报告主要采用行业深度访谈、桌面研究等方法，并结合艾媒咨询自有的用户数据监测系统及北极星统计分析系统等。

- 通过对行业专家、相关企业与移动电台用户进行深度访谈，了解相关行业主要情况，获得相应需要的数据。
- 对部分相关的公开信息进行筛选、对比，参照用户调研数据，最终通过桌面研究获得行业规模的数据。
  - 政府数据与信息
  - 行业公开信息
  - 企业年报、季报
  - 行业资深专家公开发表的观点
- 根据艾媒咨询自身数据库、北极星统计分析系统和草莓派调研社区平台（Strawberry Pie）的相关数据分析。
- 艾媒北极星：截止2016年12月底，北极星采用自主研发技术已经实现对6.98亿独立装机覆盖用户行为监测。
- 面向全国针对各领域征集优秀案例企业进行中，[详情可咨询whd@iimedia.cn](mailto:whd@iimedia.cn)。

# 目录

1

2016年中国移动电台行业现状

2

2016年中国移动电台用户研究

3

中国移动电台行业发展趋势

# 2016年中国移动电台行业现状

## 分析师速评

### 头部电台优势渐显

经历2012和2013年电台产品井喷式增长、2014和2015年多家竞争两个阶段，2016年互联网电台行业头部FM占有一定优势。iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，喜马拉雅FM、蜻蜓FM和荔枝FM在活跃用户占比上优势明显，领先于市场上其他电台产品。

## 典型产品

**喜马拉雅FM**自2012年上线至今秉持大平台风格，目前涵盖超过300类有声内容，2016年9月上线的“付费精品”节目着力于打造优质音频内容。艾媒咨询分析师认为，喜马拉雅FM以扩充数量和领域、提升节目质量为手段，力求进一步挖掘培养“粉丝经济”、提升用户体验。



**蜻蜓FM**作为电台行业少有的采用“纯PGC”内容平台，在音频内容来源上更加强调“多元”与“专业”。主要表现在2016年与多家阅读和硬件企业建立合作关系，由此看出蜻蜓FM更加强调“软、硬件双输出”的发展方向。



**荔枝FM**一直以清新风格为特征，在2016年特别注重社交功能的发展。在下半年的重磅活动“我的FM男友”大赛中，荔枝FM成功挖掘出部分优秀主播，并且提高粉丝活跃度，但与前两者相比，内容创新上相对不出彩。



# 2016年中国移动电台行业现状

## 典型领域



### 有声 + 车

相比于手机端用户进行频繁搜索，车主一般只能进行简单选择。

**考拉FM**围绕该特殊需求，于2014年面向汽车垂直用户打造产品，目前已进入考拉FM2.0时代。目前考拉FM已达成与三大厂商的合作，根据地理位置、汽车型号等为客户进行个性化内容定制，比如为高端车车主提供更多的股市、投资等音频内容。



### 有声 + 图书

2016年上海图书展之际，**喜马拉雅FM**打造“有声图书馆”的概念，推出“3D有声书”，被媒体评为上海书展的“五大亮点”。

**蜻蜓FM**也极力打通有声阅读市场，于2016年8月与掌阅科技、朗锐数媒、酷听听书建立合作，并且已买下多家小说版权。版权购买也可减少同行竞争对手在有声图书市场带来的压力。



### 有声 + 硬件设备

优质的音频体验离不开优质的音频设备。各大FM应用也开始与各大音频设备制造商展开合作，**考拉FM**发布智能音响考拉宝，覆盖汽车和家居两大场景，**喜马拉雅FM**2016年高调推出H8降噪耳机、**蜻蜓FM**与黑格科技无线蓝牙耳机UI合作，种种迹象可见几大电台在音频硬件设备发力。

# 2016年中国移动电台行业动态

## 全平台KOL整合孵化概念提出，有望打造全媒体IP商业模式

一月 蜻蜓FM联合合一集团、创新工场等发起创立“有声有视”全媒体意见领袖IP孵化平台，为业内首次提出跨全平台KOL整合孵化概念。

## 蜻蜓FM获“国家队”领投，估值25亿

三月 蜻蜓FM完成拆除VIE结构的同时获得新一轮融资，此轮融资由中国文化产业投资基金领投，显示出资本在音频行业的进一步扩张。

## 考拉FM获1.7亿融资，意在车载领域

六月 考拉FM获得由君联资本等投资的1.7亿人民币新一轮融资，主要用在车联网系列产品打造。此前，车语传媒出身的考拉已与国内多家主流厂商达成了合作，对比其他FM在该领域拥有先发优势。

## 酷听听书与蜻蜓FM联手打造网红声音

十月 第二届“酷播学院公开课”由酷听听书FM与蜻蜓FM合作打造，这次合作着力为播客提供专业训练的机会，努力挖掘未来演播明星，为行业造血。

## 荔枝FM创新“有声照片”

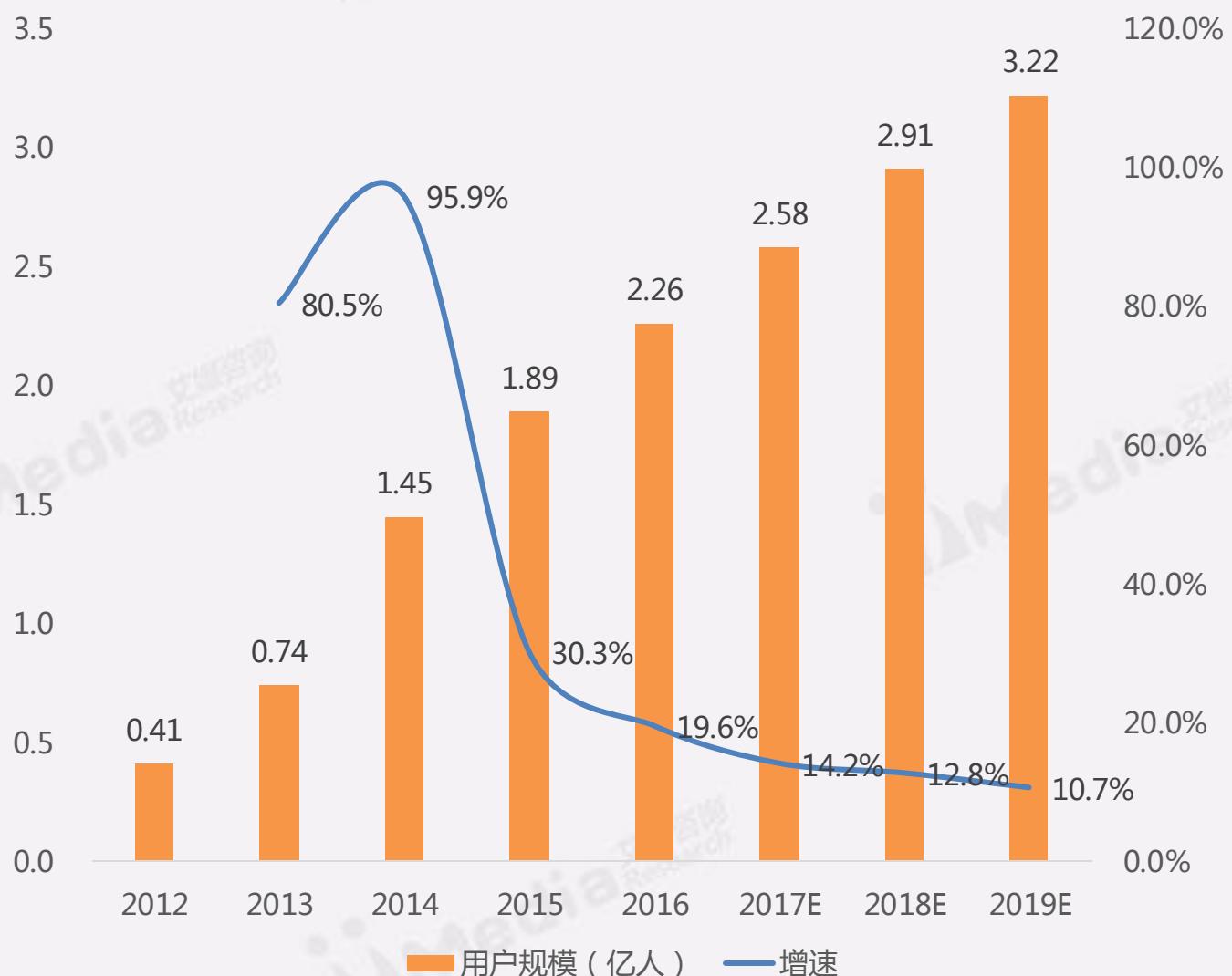
十一月 “爱，在路上”精英沙龙暨广州IFC手机摄影展颁奖仪式上，荔枝FM主播为部分摄影作品创作音频，“会说话的照片”吸引众多参观者，有声跨界合作再次用创新方式提升用户体验。

# 中国移动电台用户规模稳步增长

iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示，2016年中国移动电台整体用户规模达2.26亿。至2019年，中国移动电台用户规模预计将超过3亿。

艾媒咨询分析师认为，2013-2015三年间中国移动电台行业呈现用户规模爆发、各大FM抢占市场的激烈竞争局面。未来各服务商的战略重点将放在塑造平台特色培养和提高用户体验上，中国移动电台用户规模将保持稳步增长。

2012-2019年中国移动电台用户规模及预测

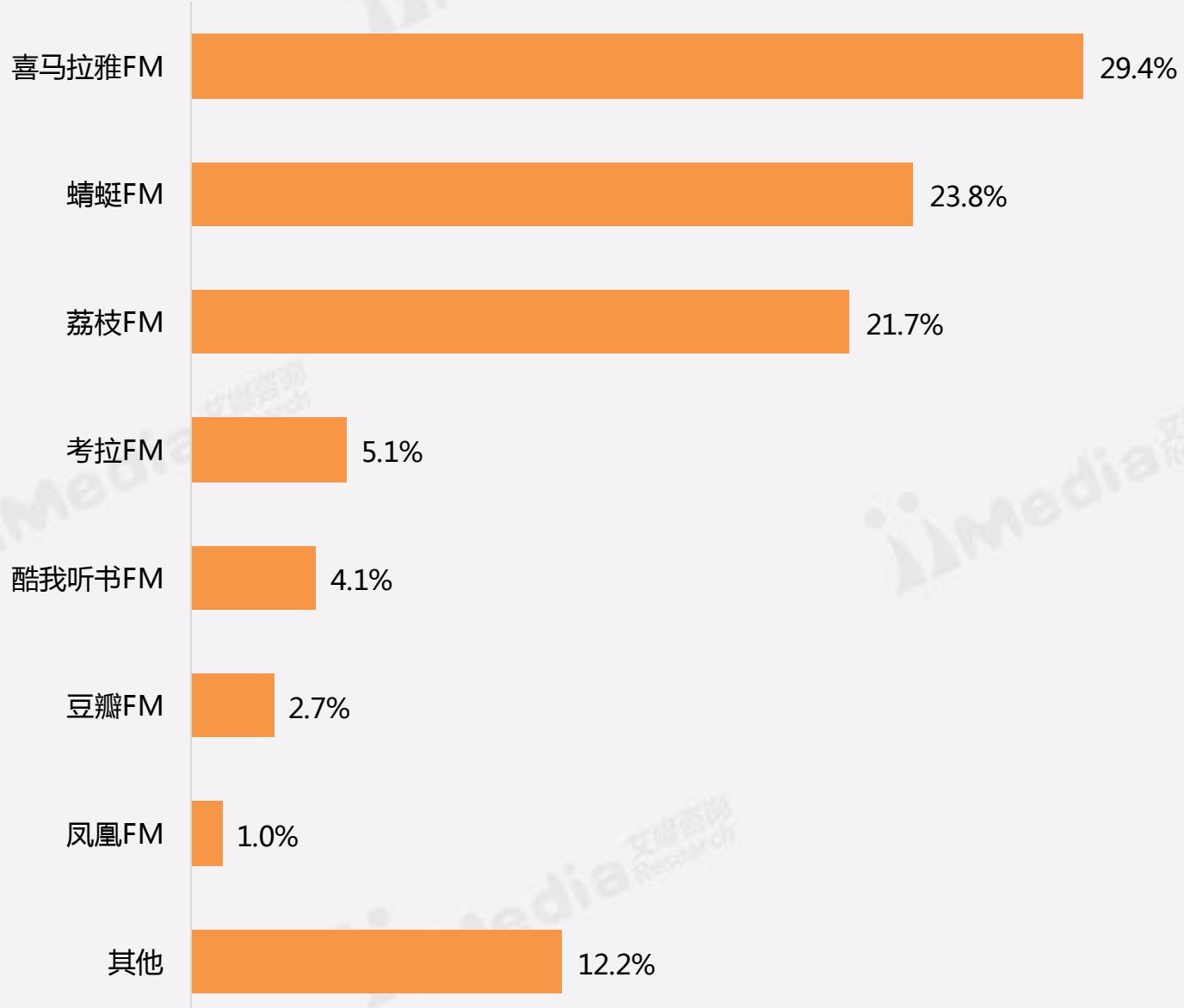


# 三大FM应用用户优势明显

iiMedia Research ( 艾媒咨询 ) 数据显示 , 2016 年第四季度 , 喜马拉雅 FM 以 29.4% 的活跃用户占比领跑 FM 市场 , 蜻蜓 FM 和荔枝 FM 紧随其后 , 分别占两成以上。

艾媒咨询分析师认为 , FM 应用的整体用户分布格局的头部规模效应明显 , 发挥自身优势深耕垂直领域、提升用户体验 , 或有利于各平台进一步发展。

2016Q4中国移动电台应用活跃用户分布



# 中国移动电台行业发展趋势

## ▶ 发展专业制作团队将成为用户沉淀的策略

社交功能的扩张曾成为各电台的重要卖点，而当前竞争格局已基本稳定，用户沉淀阶段却面临用户生产内容质量参差不齐的问题。因此，为努力挖掘专业性的深度内容和打造品牌价值，路径在于重视建设内容自制的专业团队。

## ▶ 内容付费是未来盈利的突破口

作为平台传统的主要盈利来源，精准投放广告虽吸引部分用户消费，但同时也对用户收听效果造成一定干扰。随着高质量内容的逐渐丰富，收听用户通过打赏主播、付费收听等方式推动用户为优质内容买单，更有利于移动电台长期健康发展。

## ▶ 上下游行业生态使电台跨行业合作常态化

随着电台应用跨领域合作更加普遍，行业上游环节将更加注重与不同风格的自媒体人和文娱公司建立合作关系，从而生产个性化内容以满足用户需求；而在下游则关注音频进驻的行业，目前车载、图书、旅游已与音频深度结合，合作伙伴的多元化将使音频更全面地渗透用户生活。

## ▶ 专注特定领域音频有助于避免同质化竞争

目前各大FM应用不断扩充音频元素和种类，一定程度上造成音频内容的同质化。值得关注的是，图书、车载、新闻、旅游等领域逐渐受到音频行业发展的衍生方向，小平台通过专注深耕特定领域有助于发挥平台的相对优势，以打造个性化的平台特色。



北极星应用统计分析平台是在广东省政府省重大科技专项支持下研发的专业、独立的第三方移动应用统计分析平台，支持Android、iOS等主流平台。

北极星系统通过专业的技术手段助力开发者统计和分析流量来源、用户行为、用户习惯、进行用户画像并与运营商大数据对接，充分利用运营商精准LBS能力、用户深度透视能力、用户消费能力，帮助开发者利用数据进行产品、运营、推广策略的决策，改善产品设计，透视运营指标，提升推广效率。



ADiiMedia艾媒移动广告监测系统由全球领先第三方数据研究机构艾媒咨询独家研发，系统针对移动端广告特性，通过全流程数据记录跟踪、复合反作弊算法，结合用户大数据标签分析，实时提供公正独立的广告监测与优化服务，帮助广告主、代理公司及数字媒体有效分析提升营销效果和投资回报。目前支持微信公众号、微博、网页、APP、H5等多种媒体广告监测。

ADiiMedia系统正在为国内外的过百家知名品牌提供产品及服务，包括微软、高通、百事、华为、联想、王老吉、格力等。

服务网址：<http://bjx.iimedia.cn/> 接入咨询：[mwj@iimedia.cn](mailto:mwj@iimedia.cn)

# 艾媒 ● 大数据解决方案

围绕“互联网+”主题，依托艾媒集团的整合传播营销与互联网行业大数据挖掘的资源优势，为寻求互联网转型的传统企业以及互联网创业企业提供业务咨询，整合资源，提升客户价值。



# 法律声明

本报告由iiMedia Research（艾媒咨询）调查和制作，报告版权归艾媒咨询集团控股有限公司（中国香港）；报告中所有的文字、图片、表格均受到中国大陆及香港特别行政区知识产权法律法规的保护，任何非商业性质的报道、摘录、以及引用请务必注明版权来源；iiMedia Research（艾媒咨询）会向国家相关政府决策机构、知名新闻媒体和行业研究机构提供部分数据引用，但拒绝向一切侵犯艾媒著作权的商业研究提供免费引用。

本报告中的调研数据均采用行业深度访谈、用户调研、桌面研究得到，部分数据未经相关运营商直接认可；同时本报告中的调研数据均采用样本调研方法获得，其数据结果受到样本的影响，部分数据可能未必能够完全反映真实市场情况。因此，本报告仅供个人或单位作为市场参考资料，本公司不承担因使用本报告而产生的法律责任。在未接受本声明前，请不要阅读本报告。



因为专注，  
所以专业！

Since 2010, We focus on mobile Internet!



艾媒咨询集团  
iiMedia Research Group

全球领先的移动互联网  
大数据挖掘与分析机构