

# 2016Q3中国手机音乐 客户端季度监测报告

2016Q3 China Mobile Music APP Quarterly  
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、相关企业与音乐手机客户端用户用户进行深度访谈，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10月底，北极星采用自主研发技术已经实现对6.83亿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

2016Q3手机音乐客户端行业发展现状

2

2016Q3手机音乐客户端用户行为分析

3

2016Q3手机音乐客户端案例分析

4

2016年手机音乐客户端行业发展趋势

# 1 PART ONE

---

## 2016Q3手机音乐客户端 行业发展现状

# 2016Q3手机音乐客户端行业动态

## 1

### 腾讯和中国音乐集团合并数字音乐业务

7月15日，中国音乐集团（简称CMC）和腾讯集团进行数字音乐业务的合并，腾讯把旗下QQ音乐业务与CMC合并，通过资产置换股权成为新的音乐集团大股东，并表示会全力支持其业务发展，为上市打下基石。

## 2

### 网易云音乐拟融资10亿

据悉，7月网易云音乐正启动新一轮融资，融资规模在10亿元左右，若完成这一轮融资，网易云音乐将向外释放12%~15%股权，网易仍为网易云音乐最大股东，占股比例超过85%。

## 3

### 多米音乐获批新三板

9月初，多米音乐对外宣布拿到新三板挂牌函，本月将正式登陆资本市场。若上市计划如期完成，多米音乐将成为中国音乐第一股。多米方面表示未来将整合现有资源和行业经验，同时进行垂直化运营，着力发展旗下粉丝互动平台“偶扑”，并定下两年内该业务实现盈利的目标。

## 4

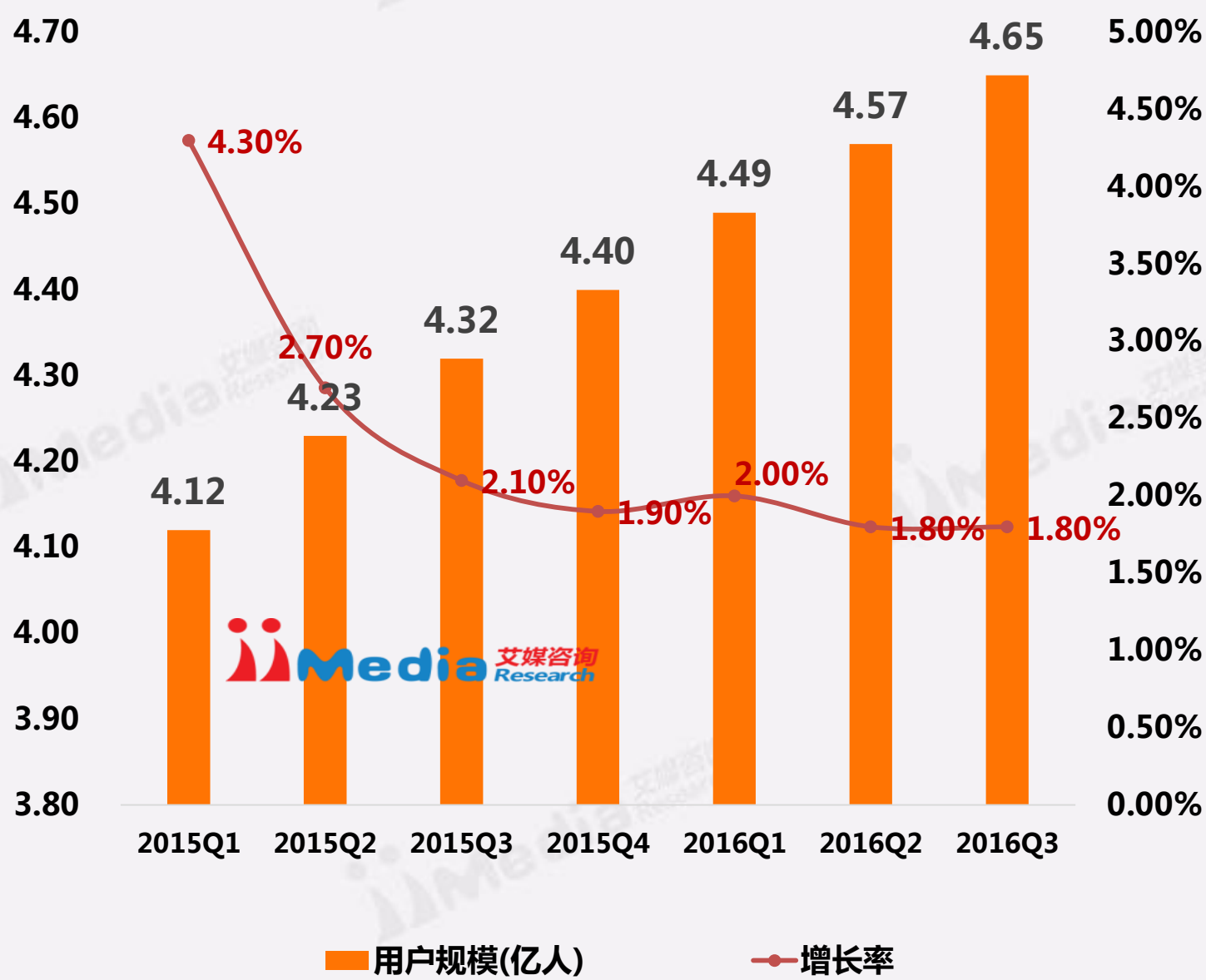
### 阿里音乐高层大变动

9月18日，阿里巴巴大文娱内部发表公开信表示，阿里音乐原董事长高晓松将全面负责阿里大文娱的国际战略；阿里音乐原CEO宋柯将就任阿里音乐董事长，负责阿里音乐演艺业务及创新发展；合一集团总裁杨伟东将兼任阿里音乐CEO，加快视听资源与平台的打通。

# 2016Q3手机音乐客户端用户规模

iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，2016第三季度手机音乐客户端用户规模达4.65亿，季度环比增长率1.8%，总体持稳。艾媒咨询分析师认为，伴随智能手机用户数逐步达到阶段性顶峰，手机音乐客户端用户规模也将趋于稳定。

2015Q1-2016Q3手机音乐客户端用户规模



数据来源：艾媒北极星（截止2016年10月底，北极星采用自主研发技术已经实现对6.83亿独立装机覆盖用户行为监测）

# 2016Q3手机音乐客户端下载量排名

iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示, 截止2016年第三季度酷狗音乐客户端用户下载量占比达28.3%, 排名第一。QQ音乐、酷我音乐分别位居第二、三位, 占比为15.8%、13.7%。新的CMC集团占据手机音乐市场近60%的市场份额。

## 2016Q3手机音乐客户端累计下载量占比排行榜

|   |       |       |
|---|-------|-------|
|    | 酷狗音乐  | 28.3% |
|   | QQ音乐  | 15.8% |
|  | 酷我音乐  | 13.7% |
|  | 阿里星球  | 9.3%  |
|  | 网易云音乐 | 6.9%  |
|  | 百度音乐  | 4.5%  |
|  | 多米音乐  | 3.0%  |
|  | 其他    | 18.5% |

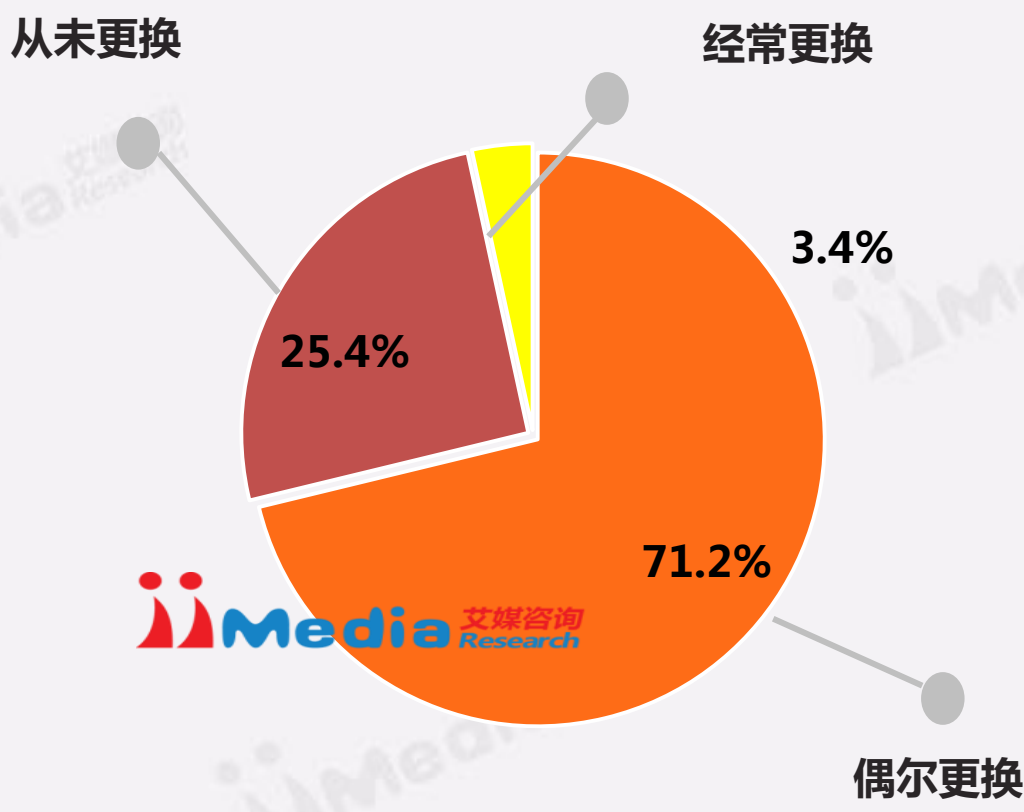
注：本页累计下载量数据截止到2016第三季度。

数据来源：iiMedia Research

# 手机音乐客户端用户忠诚度高

iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示, 25.4%用户表示从未更换手机音乐客户端, 71.2%用户偶尔会更换手机音乐客户端, 仅有3.4%用户会经常更换手机音乐客户端。艾媒咨询分析师认为, 目前各大手机音乐客户端听歌功能趋同, 但产品定位与服务差异化发展。主流音乐APP聚集用户相似度较高, 基本能满足大部分用户的个性化音乐需求。因此, 用户流动程度低、忠诚度较高。

2016Q3用户更换手机音乐客户端情况调查



# 2016Q3手机音乐客户端竞争格局

巨头布局，“新CMC集团”音乐平台领跑



QQ音乐、酷我、酷狗合并，“一超多强”模式形成

## “新CMC集团”

- “新CMC集团”占据绝对资源优势
- 覆盖用户数量最广
- “听、看、唱、玩”全音乐模式最全面

## 阿里音乐

- 阿里星球上线，天天动听将停用
- 布局泛娱乐音乐交易平台

## 网易云音乐

- 用户量增长迅速
- 风格独特，用户互动氛围良好，打造移动音乐社交平台
- 正启动新一轮融资，拟融资10亿元左右

# 2

## PART TWO

---

### 2016Q3手机音乐客户端 用户分析

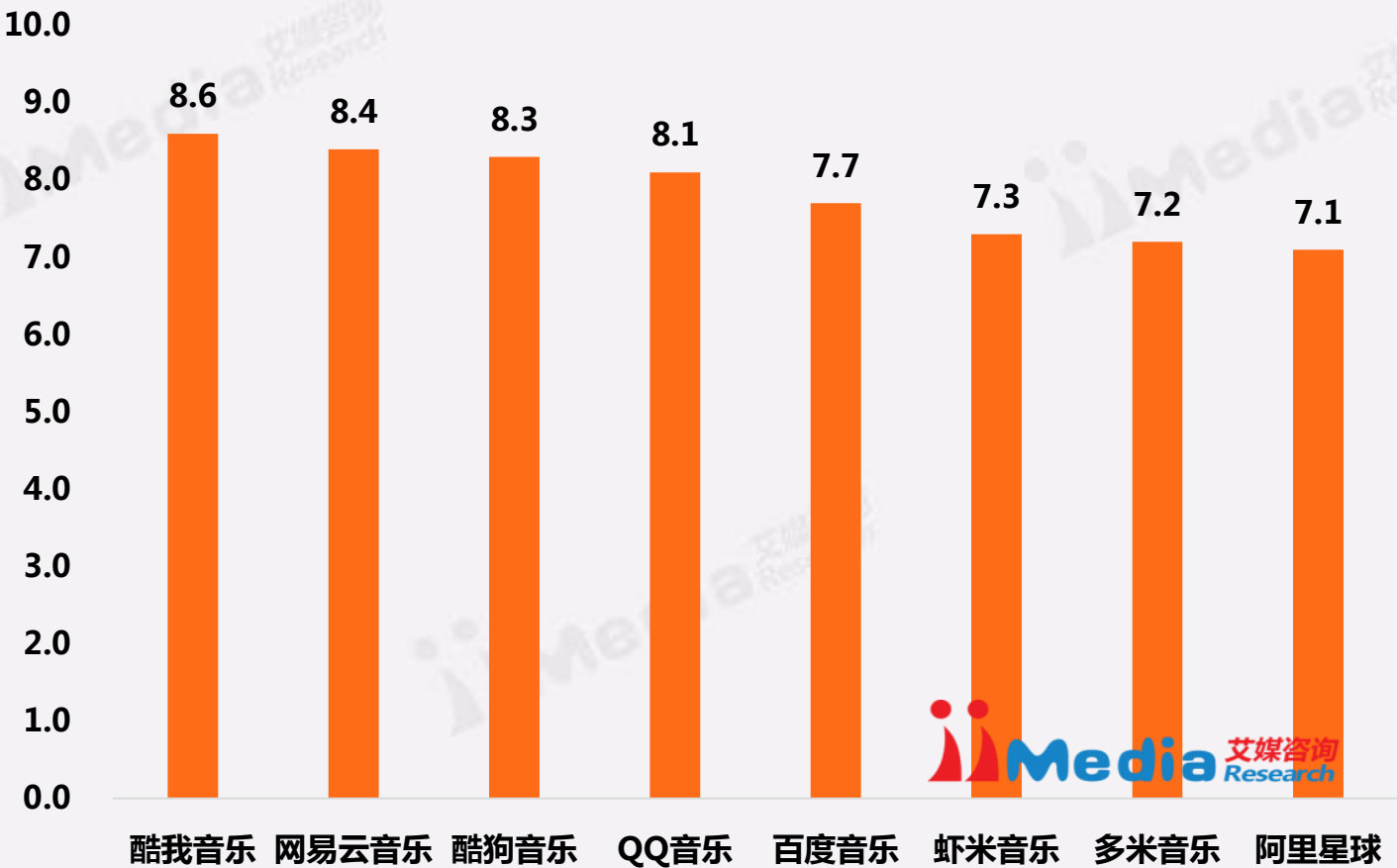
# 2016Q3用户使用手机音乐客户端情况

- “新CMC集团” 音乐领跑用户最常使用手机音乐客户端。
- “新CMC集团” 手机音乐客户端用户满意度较高，酷我音乐因新增无损音乐在线试听和免费下载，大获用户好评，满意度排名继续维持榜首位置，网易云音乐紧随其后。

## 2016Q3用户最常使用手机音乐客户端品牌情况



## 2016Q3手机音乐客户端用户满意度调查



数据来源：iiMedia Research

# 2016Q3手机音乐客户端用户体验

## 用户关注因素排行榜TOP5



曲库资源的丰富程度

操作简单方便

界面设计简洁美观

音质/音效

手机音乐客户端知名度

## 用户更换音乐APP因素排行榜TOP3



曲库资源的不丰富

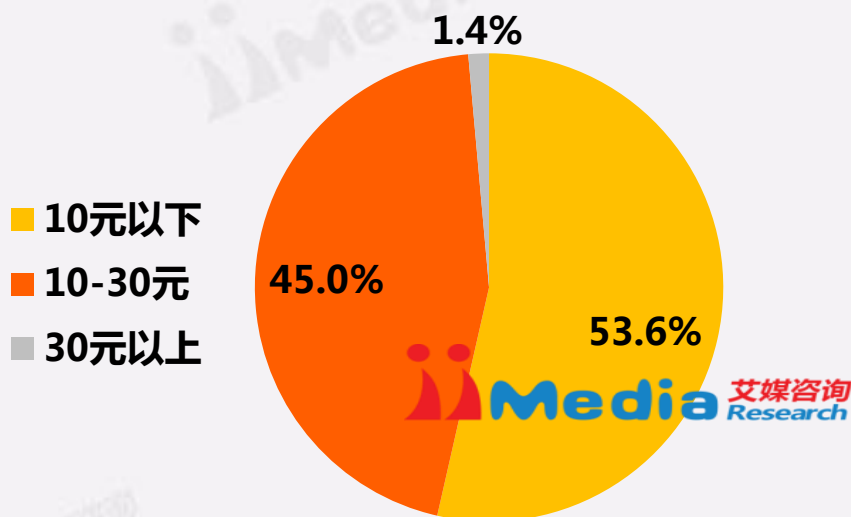
占用手机内存过大

听歌体验效果不佳

# 付费习惯逐渐形成，付费市场潜力可观

iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，超过50%手机音乐客户端用户表示每月可接受的手机音乐客户端消费在10元以下。艾媒咨询分析师认为，尽管目前用户可接受付费区间仍停留在相对较低的水平，但是随着音乐行业整体向正版化、规范化管理推进，内容付费习惯逐渐被用户接纳，会员付费等方式进一步完善，未来用户在音乐客户端上的消费潜力将有较大提升空间。

## 2016Q3手机音乐客户端月消费区间分布调查



## 用户音乐付费项目偏好-TOP3

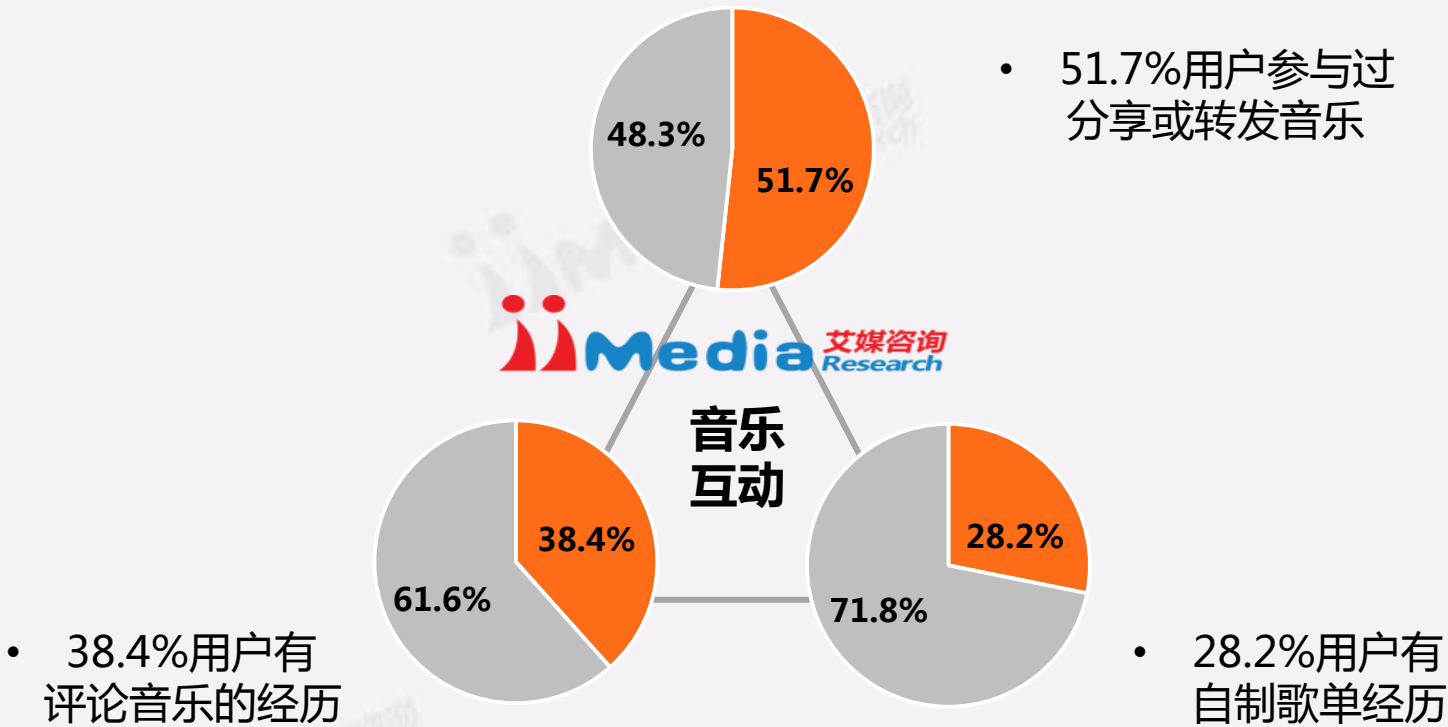


# 2016Q3手机音乐客户端用户互动情况

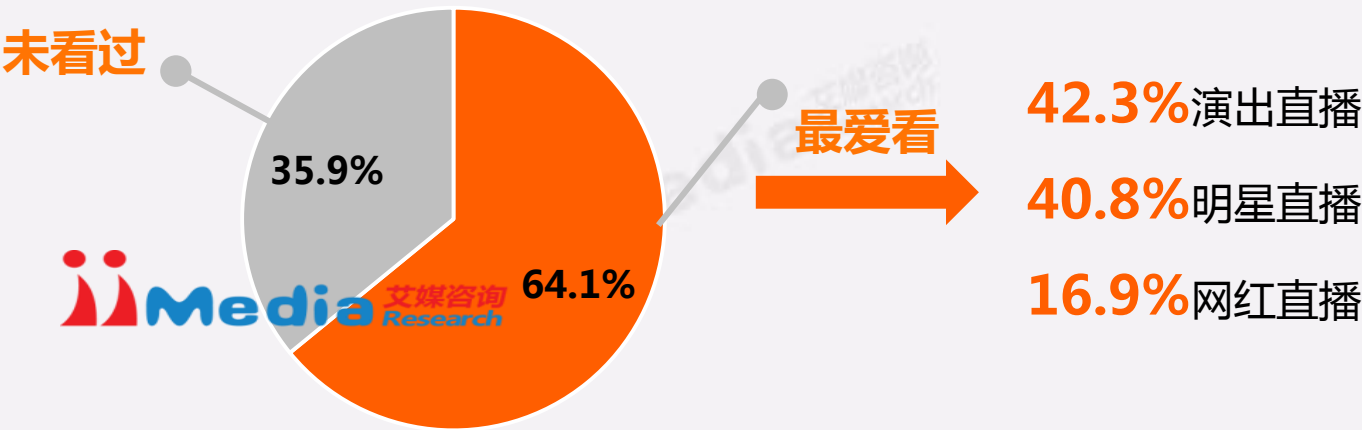
## 用户互动行为：偏爱转发或分享音乐、评论音乐、自制歌单

iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，在众多音乐客户端用户互动项目中，用户最常参与的互动项目为分享或转发音乐，其次是评论音乐、自制歌单。

### 2016Q3手机音乐客户端用户互动情况调查



### 2016Q3用户使用手机音乐客户端收看直播情况调查



数据来源：iiMedia Research

# 3 PART THREE

## 2016Q3手机音乐客户端 案例分析

# 手机音乐客户端功能对比分析

## QQ音乐：正版曲库强大，全模式视听体验

听

- 听歌识曲
- 歌词翻译
- 音乐馆
- 好友在听
- 点歌分享
- 分类电台
- Qplay 与车载音乐
- 自制歌单

看

- 歌曲MV
- 演唱会在线直播
- 演唱会live专辑
- 音乐颁奖活动

玩

- 音乐社区
- 单曲互动弹幕
- 音乐众筹

唱

- K歌/录音棚
- 主播电台



## 酷我音乐：海量无损免费下载 音质服务优势明显

听

- 高品质音乐
- 蝮蛇音效
- 无损曲库
- 独占模式
- 歌单推荐
- 听歌识曲
- 歌手分类
- 歌曲评论
- 电台
- 音乐收藏/分享

看

- MV推荐
- 演绎直播
- 个性化开机画报

玩

- 演绎直播
- DIY歌曲/歌手海报
- 音乐社区
- K歌/K歌比赛

唱

- K歌
- 点歌台



# 手机音乐客户端功能对比分析

## 虾米音乐：音乐文化氛围好，小众音乐曲目全



## 网易云音乐：互动氛围好，用户体验佳



# 手机音乐客户端优势对比

## “新CMC集团”——QQ音乐、酷狗音乐、酷我音乐

| 用户  | 产品  | 竞争优势   |
|---|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"><li>用户基数占绝对优势</li><li>用户覆盖范围广、粘性强</li></ul> | <p>“听、看、唱、玩”全面覆盖</p> <ul style="list-style-type: none"><li>曲库资源强大，行业领先水平</li><li>语音+手动搜索</li><li>无损音乐曲库丰富+蝰蛇音效</li><li>完善的K歌功能</li><li>单曲弹幕互动+O2O演出</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>强大的用户基数</li><li>依托腾讯其他产品实现流量导入</li><li>比较成熟的会员付费体系</li></ul> |

## 阿里音乐——阿里星球、虾米音乐

| 用户   | 产品   | 竞争优势   |
|--|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"><li>依托虾米音乐和天天动听的用户资源</li></ul> | <p>泛娱乐交易平台+小众音乐</p> <ul style="list-style-type: none"><li>个性化音乐推荐</li><li>小众音乐曲库全</li><li>场景化、情怀化音乐</li><li>音乐活动专区</li><li>粉丝游乐园</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>依托阿里旗下其他产品实现导流</li><li>泛娱乐功能探索其他商业模式</li></ul> |

## 网易云音乐

| 用户   | 产品  | 竞争优势  |
|--|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"><li>年轻群体用户增长迅速</li></ul> | <p>用户个性化移动音乐平台</p> <ul style="list-style-type: none"><li>音乐推荐+海量UGC</li><li>音乐社区评论互动氛围</li><li>站内外音乐分享互动</li><li>自制歌单、电台、私人FM</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>快速增长的用户数量</li><li>社群化音乐、UGC内容</li><li>积分商城、音乐周边</li></ul> |

# 手机音乐客户端商业模式比较

艾媒咨询分析师认为，目前，互联网音乐平台纷纷探究新的盈利模式，由传统盈利模式（线上广告、线下冠名等）逐渐向新模式（以用户付费为主，涉及数字专辑、在线演唱会等）进行转变，逐步实现以用户付费为中心的营收模式。如QQ音乐公布数据称其音乐付费用户数量超过1000万，累计数字音乐专辑销售量为2000万张，已经开始盈利。



# 4 PART FOUR

---

## 2016年手机音乐客户端 行业发展趋势

# 手机音乐客户端行业趋势总结

## 2 模式

全产业链布局  
重视产业链上游发展

## 1 用户

用户重产品体验  
音乐平台在用户体验  
上仍有优化空间

## 3 音乐付费

用户付费习惯初步形成  
数字专辑火热售卖

## 4 粉丝经济

明星IP争夺战打响  
粉丝经济引领产业变革

## 5 版权

正版时代开启  
机遇与挑战并存



# 手机音乐客户端行业发展趋势

## 用户重体验



## 用户体验仍有优化空间



### 定位泛娱乐交易平台，框架细节有待优化

阿里星球定位为泛娱乐交易平台，重视粉丝效益、发展粉丝经济。继承了阿里集团商业发展模式，重运营重渠道。但是，阿里星球产品尚在雏形阶段，用户数量仍是产品发展基础。阿里星球的框架和细节有较大优化空间，提升用户体验仍是核心问题。



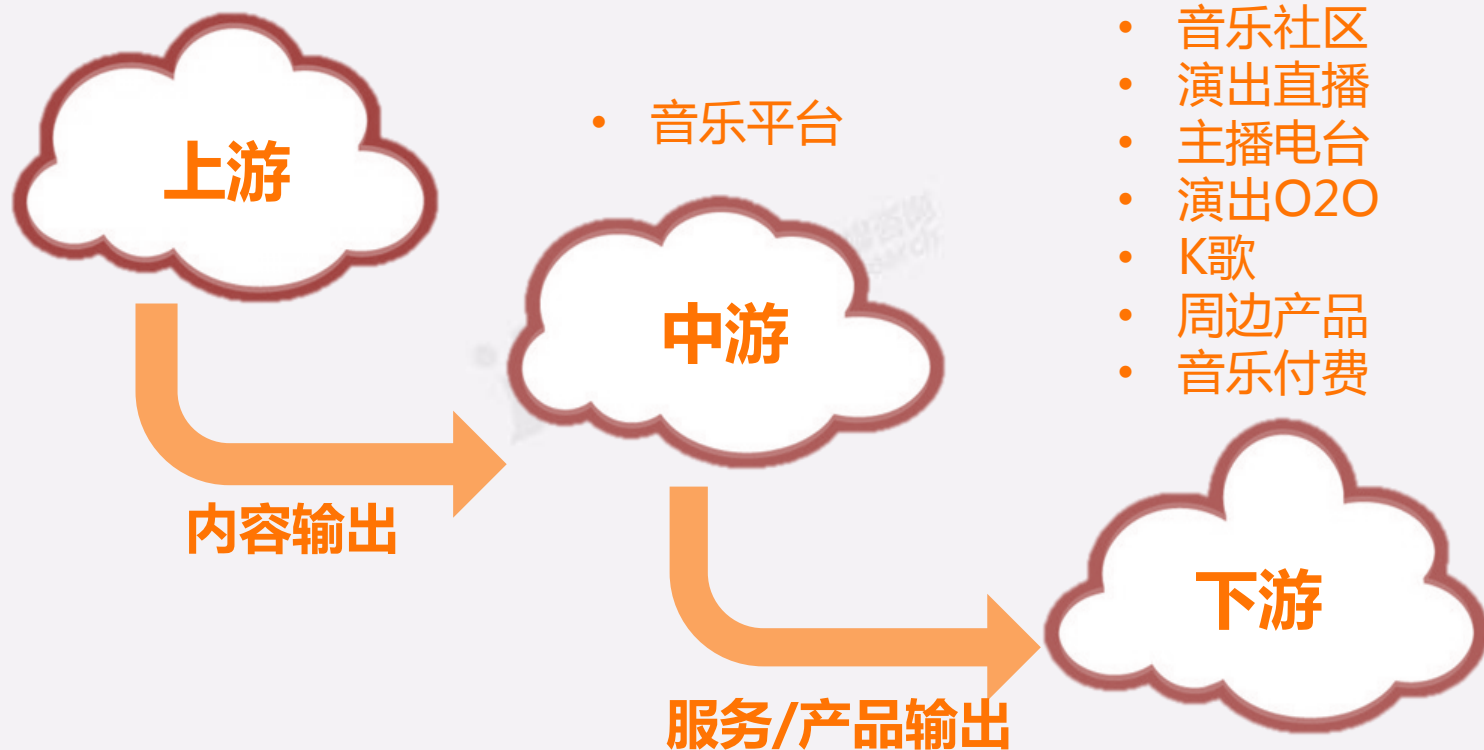
### 用户体验较佳，局限逐渐显露

产品体验较好，受到年轻群体偏爱  
版权相对较少，曲库丰富度有所欠缺

# 手机音乐客户端行业发展趋势

## 全产业链布局，重视上游发展

- 音乐发行
- 版权代理
- 音乐人孵化



## 音乐平台寻找差异化运营

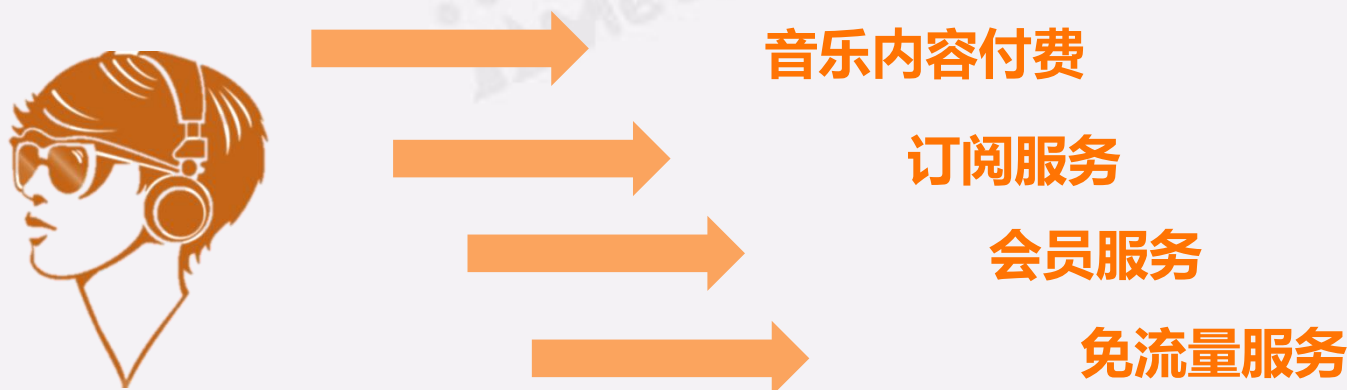


- 主打明星牌，重视上游布局。2016年启动“MUSIC+”计划，王力宏、TFBOYS、李宇春等明星入驻。
- 主打产品牌，重视音质服务的优化和创新，重点发力无损音乐曲库，致力于打造国内最多最全的无损曲库平台，无损音乐免费下载，最大程度满足用户对好音质的追求。
- 主打社交牌，重视社交功能的完善和提升。推出“理想音乐人扶持计划”。
- 推出幕后英雄业务，让用户-商家-艺人的互动从单向变成双向，互相影响，促进交易，增强音乐内容的输出。

# 手机音乐客户端行业发展趋势

## 付费市场潜力巨大

我国在线音乐市场，因为在发展初期，整个音乐市场盗版猖獗，各大音乐平台在较长时间内，为用户提供大量免费音乐服务，导致用户付费意识薄弱。2015年来，随着政府加强对在线音乐版权管理，加上音乐平台的大力推动，部分用户开始为音乐内容付费，逐渐形成音乐消费习惯。随着付费项目的丰富和多元化，付费用户数量逐渐增加，未来付费市场潜力较大。



## 数字音乐专辑销售，迎来“井喷”



2016年7月11日，QQ音乐宣布在过去18个月，数字专辑累计销量2000万张，总销售额破亿。《周杰伦的床边故事》开售大卖，预售半天，销量突破15万张。



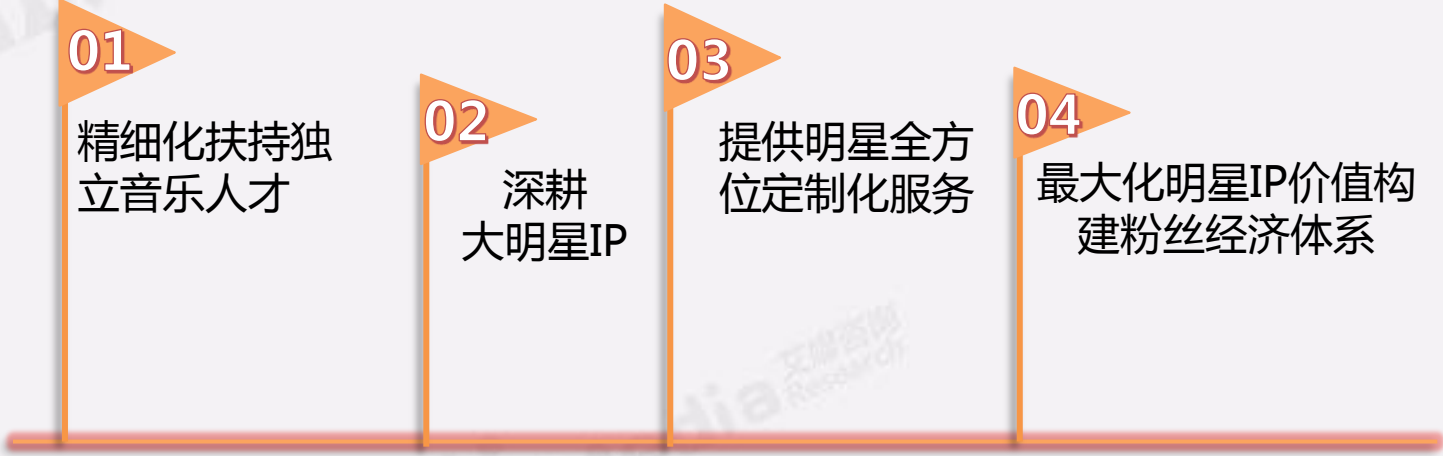
2016年7月14日，阿里音乐发布消息称，50天内阿里音乐数字专辑累计总销售额突破2000万。旗下阿里星球、虾米音乐近期售卖五月天最新数字专辑《作品9号》，销售火热。



2016年9月24日，酷我音乐正式售卖X玖少年团全新数字专辑《X玖》，上线仅三天，销量超19万张，销售额将近100万，迎来了继《太阳的后裔》OST数字专辑火热销售后的又一次爆发。

# 手机音乐客户端行业发展趋势

## 从内容IP到明星IP，争夺战持续进行中



## 突破营收困境，玩转粉丝经济



# 手机音乐客户端行业发展趋势

## 版权奠定音乐客户端核心竞争力，差异化运营是重要机遇

### 版权共享化

- “最严版权令”已实施一年多，曲库投入成本增加，促使版权采购由独家走向共享。
- QQ音乐、酷我音乐、酷狗音乐都建立了授权合作机制，减少版权投入成本。

### 定位差异化

- 在目前曲库资源趋同的趋势下，需要通过音乐平台的差异化定位，吸引和留存用户。
- 在内容资源上，各大音乐平台仍然可以依据音乐分类，在音乐版权扩充和发展上，有所偏重，提升竞争优势。

### 机遇

- 用户重曲库资源，丰富的资源曲库仍然是音乐平台发展的一大关键。
- 音乐产品由免费化时代向有限免费增值时代进阶。有助于音乐用户逐渐适应音乐消费的大环境，培养音乐付费习惯。

### 挑战

- 各大平台音乐版权资源有差异，版权受限易导致用户流失。
- 音乐平台的版权支出仍然是一笔大开销，用户付费习惯尚不成熟，营收困境仍待解决。





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