

2020年中国有5.69亿人在听有声书,预计未来用户数量接近6.5亿人

中国“听书者”大起底:睡前听书成“最爱”

随着互联网与数字化技术的不断发展,近年来,听书成为越来越多人的爱好,有声书市场也随之蓬勃发展。根据艾媒咨询发布的《2020年中国有声书行业发展趋势研究报告》显示,2016年中国有声书行业市场规模为23.7亿元,历经3年高速发展,在2019年达到63.6亿元,持续增速高于30%。而因疫情原因,线上消费持续增强,2020年有声书行业发展进一步提速,行业规模达到95亿元左右。

国民阅读率的提高,也是有声书市场扩大的重要背景。数据显示,2019年网络文学行业市场规模达到201.7亿元,创作规模达2590.1万部,3452部网络文学翻译成外文出版,IP新改编数量9656部。作者数量达到1936万人,90后年轻作者占比达44.6%,新人渐成主力。中国新闻出版研究院发布的第17次全国国民阅读调查显示,2019年我国成年国民的综合阅读率为81.1%,较2018年提升了0.3%,数字化阅读方式(网络在线阅读、手机阅读、电子阅读器阅读等)的接触率为79.3%,较2018年上升3.1%。

用户规模方面,2018年中国有声书用户数量为3.85亿人,2020年达5.69亿人,预计未来用户数量接近6.5亿人,相当于有近一半的中国人在听有声书。

根据前瞻产业研究院《中国电子阅读器行业市场研究与投资预测分析报告》,有声书逐渐进入成熟发展期。传统有声阅读产品由线下的音频业务复制迁移而来,2009年中国移动最早上线有声阅读服务,在此之后以PGC内容为主的豆瓣FM、蜻蜓FM等产品相继上线;2013年至2014年期间,随着国内4G网的商用落地,移动互联网加速渗透,有声阅读移动端APP应用快速发展,喜马拉雅、考拉FM等移动音频应用上线,此后资本涌入,推动有声阅读市场迅速成长,竞争加剧;从2018年开始,有声阅读市场在内容、渠道及商业模式方面不断演进,逐步走向成熟、多元化发展阶段。

有声书,是指运用现代数字技术,以文学作品为内容,固定单个或多个表演者声音并存储于数字文件之中,利用网络平台向公众传播的音频产品。从最早的唱片教材、磁带出版物、广播剧,再到今天的在线音频,在信息技术进步的推动下,有声读物的市场越来越大。像喜马拉雅、懒人听书、荔枝、蜻蜓FM、酷我畅听、番茄畅听等,都是为公众所熟知的有声书阅读平台。

看看谁是“听书者”?爱听书的娃比成年人多

听书的娃比成年人多:8岁以下儿童听书率最高

数据显示,在用户群体中,0-17周岁未成年人的听书率为34.7%,较2018年平均水平(26.2%)提高了8.5%。其中0-8周岁的用户比例最高,达到36.5%。18岁及以上的用户群体比例最低,为30.3%。分析师认为,声音具有陪伴属性,有声书在亲子教育、幼儿陪伴场景中潜力巨大,儿童有声书市场前景广阔,是行业当前需要填补的一大方向。

听书的男性比女性多,26-40岁青壮年是主力

数据显示,有声书用户中,男性比例比女性高出13.2%。在年龄分布上,有声书用户呈现出分散化特征,其中31-40岁用户占34.9%,26-30岁用户占29.1%,加起来占总量的六成以上。

一二线城市居民更爱听书,本科学历用户超一半

数据显示,北上广深居民收听有声书的比例达到31.8%,新一线和二线城市分别为16.9%和24.9%,三四线城市较低,分别为15.9%和10%。

从学历分布上看,大学本科学历的用户为52.4%,大学专科用户为27%,其余学历占比较小。

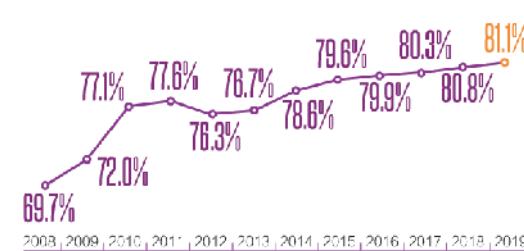
过半用户在睡前听书 非学习目的占比超七成

数字化将持续改变我们的生活和工作,未来的人工智能与5G技术将给有声书行业带来极大的革新,带动有声书市场的持续增长。AI语音将成为我们定制化的虚拟主播,5G互联技术将带来场景上的拓宽,数据收集和人工智能将为平台构建用户画像和了解用户阅读偏好提供更多支撑,语音功能的交互音频格式将为用户提供崭新的体验,智能终端将给我们带来更好的陪伴体验。

随着数字阅读对用户日常休闲娱乐生活的渗透,用户对阅读场景的需求也呈现多样化发展趋势。传统的阅读场景包含移动阅读APP、有声阅读APP等,覆盖面最为广泛。除此之外,电子阅读器、绘本阅读器、智能音像/耳机等硬件设备的发展也带动了阅读场景多样化,使得用户可以在不同时间内和不同场景下进行阅读,为用户带来了不同的阅读体验。未来随着5G技术的发展落地,数字阅读场景和阅读模式有望进一步细化并提升用户阅读体验,在更大带宽与更快传输的加持下,阅读+VR/AR沉浸式阅读以及高音质听书模式均有望快速实现。

数据显示,大部分有声书用户的听书时间在30分钟-1个小时,达到36%。1-3个小时的用户占32.8%。按场景看,睡前(56.1%)、运动散步(36.5%)、做家务(33.9%)、上下班通勤(32.8%)是最多人选择的听书场景。此外,不同听书目的的有声书用户分布均匀,其中目的为“学习获取知识内容”的用户为25.4%,而以非学习目的听书的,其中包括“调整情绪、安抚心灵”、“轻松娱乐”和“打发时间”为目的的用户总和达到59.2%。

2019年中国成年国民综合阅读率



2016-2020年中国有声书市场规模



2016-2020年中国有声书用户规模



相当于有近一半的中国人
在听有声书!

