

80 后、00 后最爱夜晚收听

物联网技术或助推在线音频迎来新增长

利用碎片化时间 放松心情获取知识

具有陪伴作用的在线音频，成为众多用户在通勤路上和睡前的小伙伴。艾媒咨询数据显示，睡前、上下班路上、散步、做家务和午休时，是国内在线音频用户的五大使用场景。此外，在锻炼、旅行出差、学习工作时收听在线音频的用户比例也均在 20%以上。夜间更是成为用户增长迅速的一个时间段。喜马拉雅数据显示，用户越来越喜欢在夜跑、睡前和汽车中收听在线音频。夜间在喜马拉雅上听音频的人群中，“00 后”和“80 后”比例最高，分别占 23.53%和 40.46%。

有声书的用户中，男性的比例达到 56.6%，明显超过女性用户的数量。“高学历”“青年”“一二线城市”是有声书用户的关键词。其中，26-30 岁的用户占比 29.1%，31-40 岁用户占比 34.9%，一二线城市用户占比近 75%，学历为大学本科及以上的比例为 58.7%。

从类型偏好上看，超六成在线音频用户喜欢娱乐类，超四成用户喜欢生活类，喜欢知识类和有声书的用户也超三成。而在娱乐类音频方面，男女的偏好产生了差异。其中，女性更偏爱音乐、综艺、段子和明星，男性更偏爱相声评书和二次元。在情感生活和影视品类中，男女性用户的偏好无明显差异。有声书用户则最喜爱悬疑探案和武侠玄幻。此外，喜爱科幻小说、言情小说、都市小说、文哲经典和社会科学的用户比例比较接近。

从选择音频产品的原因看，在线音频用户较为重视情感满足、享受氛围及学习知识。数据显示，认为播客的价值在于获得情感满足、感受整体氛围的用户比例均在 45%以上。此外，还有 47.3%的用户看重主播对文艺、时政等的分析和评论，36.3%的用户希望获取知识，23.4%的用户被天马行空的访谈类节目吸引。

选择音频产品时，内容质量、主播能力则是主要的考虑因素。近一半有声书用户看重有声书内容，近两成用户看重是否为 IP 改编，近三成用户看重主播声线和能力。用户认为目前在线音频存在的主要问题则包括质量参差不齐、内容种类不够多、推荐内容不喜欢、版权保护不够好。其中，认为音频内容质量参差不齐的比例达到近四成。

“耳朵经济”还有多少上升空间？

除播客和有声书外，“耳朵经济”在社交领域也迸发出新活力。2021 年春节前，由于特斯拉 CEO 埃隆·马斯克的“带货”，音频社交软件 Clubhouse 在全球火了。使用该软件需要先获得别人分享的邀请码，注册成功后可以创建主题房间或进入关注用户所在的房间，通过举手发言与他人交流。

随后，多款国内版 Clibhouse 出现。首先是映客上线了软件对话吧。随后，小米米聊停服 7 天后重新上线，成为一个面向专业人士的语音聊天 APP。网易云音乐随后推出了内置模块侃侃，快手则发布了音频社交软件飞船 APP。

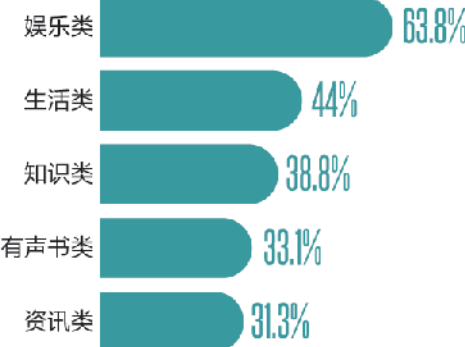
开源证券研报指出，Clubhouse 齐聚各行业名人、顶流明星，不断输出高质量聊天内容，在保持高水准的同时吸引了众多追随用户。目前，海外大型在线语音社交平台助攻各自细分领域，小而精的发展模式更容易脱颖而出。国内综合类语音娱乐直播平台众多，但缺乏专攻细分领域的语音社交平台，或难以满足不同圈层人群需求。未来，小众的语音社交平台或通过聚焦细分需求和挖掘兴趣垂直类，有望开启黑马模式。相关平台则可以自然拓展知识付费、广告等变现模式。

从内容上看，音频领域还有多个充满潜力的细分赛道。例如娱乐品类就包括深受中年男性群体喜爱的相声评书、备受新生代喜爱的二次元、偶像等。艾媒咨询报告认为，随着行业渗透率上升和应用场景扩大，音频娱乐化获客与产生流量更加容易，音频娱乐化趋势会越来越明显。

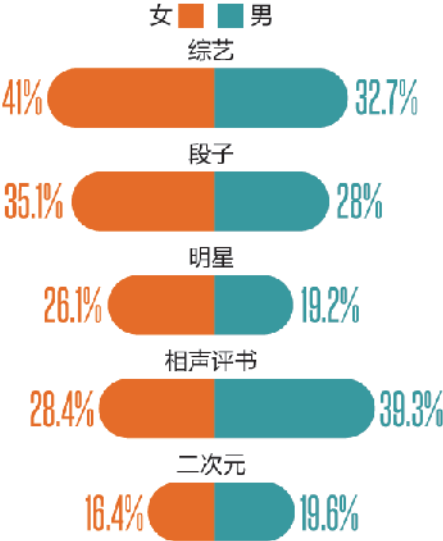
未来的“耳朵经济”还有望乘着物联网等技术发展的东风，迎来新一轮增长。例如，在智能家居方面，语音识别等技术进步将增加用户体验感。智能音箱音频质量和内容丰富度提高，5G 网络兴起将保证车载音箱信号可靠性，可穿戴设备技术扩散则将加速在线音频应用。

最爱听什么？

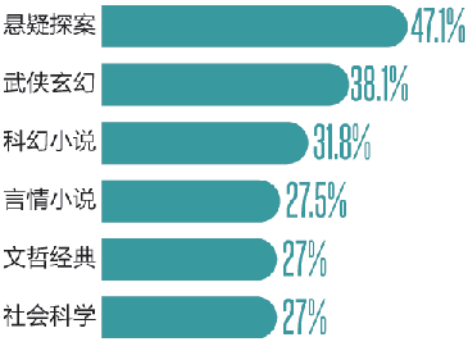
国内在线音频用户最常听的类型



国内在线音频用户 偏好部分娱乐类音频的比例

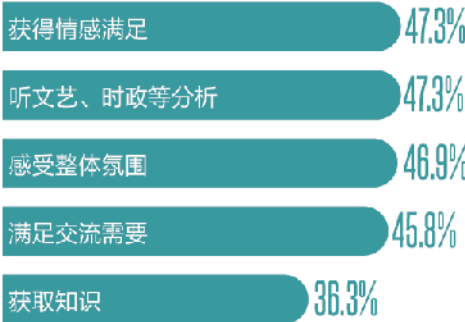


国内有声书用户对类别的偏好



满足情感需求、获取知识

国内在线音频用户认为收听播客的价值

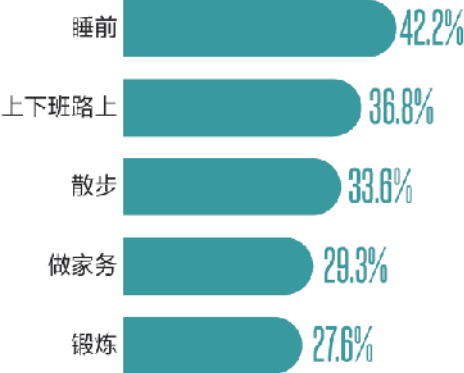


国内有声书用户听书的部分目的



越夜越爱听

国内在线音频用户的使用场景



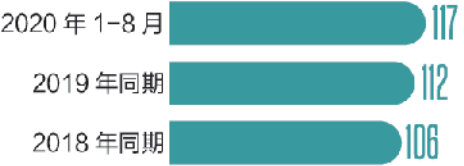
相比 2018 年同期，
2020 年前 8 个月喜马拉雅
夜听用户同比增长：

167.15%

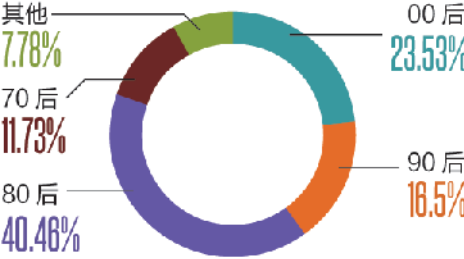
喜马拉雅用户增长最快的夜听场景



喜马拉雅夜听活跃用户人均收听时长 (单位：分钟)



喜马拉雅夜听用户各年龄段占比



(注：因不同数据来源统计口径不同，本文数据或有出入)

■数据来源：艾媒咨询《2020 上半年中国在线音频时长研究报告》、艾媒咨询《2020 年中国有声书行业发展趋势研究报告》、艾瑞咨询《2020 年中国网络音频行业研究报告》、荔枝《2020 年 Q4 及全年财报》、喜马拉雅《夜听经济趋势报告》

■通勤、睡前多听听，知识就进脑子了▶▶

